

# KREATİV-MƏDƏNİ BİZNES

*İqtisadi məqalələr toplusu*

**“Avropa” Nəşriyyatı**  
**Bakı – 2019**

**Layihə rəhbəri və redaktoru:**  
**Aydın Xan Əbilov**  
*Sabitlik və İnkişaf Mərkəzi*  
*İB-nin sədr müavini, yazıçı-kulturoloq,*

**Rəyçi:** **Rasim Məmmədov**  
*Sabitlik və İnkişaf Mərkəzi İB-nin sədri*

Kreativ-mədəni biznes. İqtisadi məqalələr toplusu  
Bakı, «Avropa» nəşriyyatı, 2019, 80 səh.

Bu toplu Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Şurasının (2019-cı il birinci qrant müsabiqəsi) maliyyə dəstəyi ilə Sabitlik və İnkişaf Mərkəzi İctimai Birliyi tərəfindən həyata keçirilən “Yeni iş yerlərinin yaradılması istiqamətində maarifləndirmə tədbirlərinin keçirilməsi” layihəsi çərçivəsində nəşrə hazırlanaraq çap olunur.

© **SİMİB, 2019**

# YENİ İŞ YERLƏRİNİN YARADILMASI İSTİQAMƏTİNDƏ MAARİFLƏNDİRMƏ LAYİHƏSİ

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Şurasının 2019-cı il birinci qrant müsabiqəsi çərçivəsində müxtəlif istiqamətlərdə yerli QHT-lərin aktual layihələrini maliyyələşdirir. “Regionların sosial-iqtisadi inkişafı ilə bağlı istehsal və xidmət sahələrini əhatə edən sahibkarlıq mühitinin stimullaşdırılmasına dair təşəbbüslər” istiqaməti üzrə “Yeni iş yerlərinin yaradılması istiqamətində maarifləndirmə tədbirlərinin keçirilməsi” adlı beşaylıq layihəsi ilə qalib gələn Sabitlik və İnkişaf Mərkəzi İctimai Birliyi, icra planına uyğun olaraq, bir sıra istiqamətlərdə (real görüşlər, biklet çapı, eləcə də yayımı, sosial şəbəkələrdə, İnternet, yazılı və elektron KİV-də, yeni mediada, elektron kitabxanada) geniş tanıtım, eyni zamanda, təbliğat fəaliyyəti aparır.

Təşkilatın bu yeni layihəsi müasir dövrün tələb və dəyərlərinə uyğun olaraq, mədəniyyət sənayesini - kreativ biznes sahələrini əhatələməklə, yeni innovativ iş yerlərinin yaradılması ilə bağlı təşəbbüslərin reallaşdırılmasını, fərqli sahibkarlıq fəaliyyətlərinin formalaşmasını dəstəkləyir.

Son illər dünyada baş verən iqtisadi böhran və dəyişikliklər, İK texnologiyaları, süni intellektin sürətlə inkişafı, ənənəvi iş yerlərinin yeni, fərqli – innovativ-kreativ fəaliyyət növləri ilə əvəzlənməsi, Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun inkişafına dair ölkə Prezidenti İlham Əliyev cənablarının imzaladığı proqramlar, regionların iqtisadi cəhətdən inkişaf etdirilməsiylə əlaqədar dövlətimizin apardığı davamlı siyasətini dəstəkləmək layihənin əsas məqsədlərindəndir.

Bu baxımdan kreativ sənayemizin müxtəlif sahələrinin

inkişafına təsir göstərə biləcək intellektual-mədəni nəşrlər və elektron resurslarının hazırlanması, onların İnternetdə - sosial şəbəklərdə dəstəklənməsi, Azərbaycan əyləncə-istirahət mədəniyyətinin dünyaya çıxararaq xarici vətəndaşların ölkəmizə turist axınına təkan verməyi nəzərdə tutan innovativ layihə, yerli xüsusiyyətləri nəzərə almaqla, sözügedən sahələrə fərqli yanaşmaları əsas götürür, bu istiqamətdə bacarıqlarının beynəlxalq standartlara yaxınlaşmasının təbliğinə istiqamətlənib. Müxtəlif tədbirlər vasitəsilə mədəniyyət sənayesinin - kreativ biznesin yeni formaları sayılan növlərinə daha innovativ-yaradıcı yanaşmanın vacibliyini önə çəkməklə, bu sahələrdə çalışan müxtəlif peşə sahiblərinə tanıtmaq, intellektual-elmi, kulturoloji-kreativ materiallardan, virtual məhsullardan ibarət resursların yaradılması da nəzərdə tutulur. Layihə çərçivəsində kreativ biznesin elmi-təcrübi tərəflərindən ibarət rəqəmsal nəşrlərin, digər audio-vizual, virtual məhsulların yayımı, təbliği, eləcə də bu sahələrdəki problemlərin araşdıraraq cəmiyyətin müzakirəsinə çıxarması nəzərdə tutulur.

Layihə kreativ biznes sahəsində yeniliklərlə bol modellərin ölkəmizdə də inkişafına xidmət edəcək kreativ-innovativ təşəbbüslərin dəstəklənməsi ilə yanaşı kreativ biznes və mədəniyyət sahələrində yeni iş yerlərinin açılmasını təşviqinə yönəldilib.

Fəaliyyət planına uyğun olaraq aşağıdakı istiqamətdə işlərin görülməsi nəzərdə tutulur:

1. Layihənin fəaliyyətinə cəlb olunacaq könüllülərin seçilməsi, texniki-yaradıcılıq problemlərin həlli, peşəkar mütəxəssis, müəlliflərlə əlaqələrin yaradılması. Kreativ biznes və mədəniyyət sənayesi ilə bağlı vəsaitlərinin e-nəşrə hazırlanması, rəqəmsal kitabların elektron nəşri. Kreativ biznesinin iqtisadi-mədəni tərəflərinə aid, bu sahələr üzrə elmi-populyar ədəbiyyatların təbliği istiqamətində fəaliyyətlərin təşkili.

2. 10 elektron kitab hazırlamaq. İnternet resurslarında,

elektron kitabxanalarda və sosial şəbəkələrdə Azərbaycanda kreativ biznes, mədəni sənayesinin inkişafına həsr olunmuş sahə ədəbiyyatlarının geniş ictimaiyyətə və oxuculara tanımaq məqsədilə “Kreativ Biznes Mərkəzi”nin (innovativ məsafəli tədris kursu, sosial şəbəkələrdə qrup və ayrıca mini e-kitabxana) yaratmaq və fəaliyyətinin təşkili.

3. “Kreativ-mədəni biznes” mövzusunda populyar-kütləvi toplusunun nəşri və yayımı nəzərdə tutulub. Kitab 50 səhifədən yuxarı, 400 tirajla çap olunacaq. 500 tirajla buklet nəşri və yayımı layihə ideyalarının geniş ictimaiyyətə çatdırılmasına xidmət edəcək. Bakıda və Sumqayıtda geniş ictimaiyyət, gənclər və tələbələr arasında, müxtəlif qurumlarda tanıtım tədbirlərinin təşkili, dəyirmi masa və müzakirə materiallarının vizual formada hazırlanması planlaşdırılır.

4. Kreativ biznesə aid e-kitabların virtual sərgisinin təşkili: sosial şəbəkələrdə, o cümlədən Feysbukda ayrıca səhifədə layihədə görülən işlərin tanıtımı və təbliği. Yeni resursun, silsilə e-kitabların hazırlanması, İnternetdə yerləşdirilməsi, sosial şəbəkələrdə innovativ formalarda yayımının və genişləndirilməsi. İnternetdə və müxtəlif sosial şəbəkələrdə Azərbaycanda kreativ biznes sahələri vasitəsilə gəlir əldə olunmasını təşviq edən əsas metodları tanımaq və təbliğ etmək nəzərdə tutulur.

5. TV və radiolarda, KİV-də, mətbuatda, İnternetdə, yeni mediada innovativ-kreativ təbliğat işlərinin, Bakı və Sumqayıt şəhərlərində tanıtım tədbirlərinin keçirilməsi, PR aksiyalarının təşkili, Feysbukda layihədə görülən işlərin, eləcə də başqa sosial şəbəkələrdə e-kitabların yayılması üçün kreativ-innovativ fəaliyyətlərin qurulması, layihənin sonrakı mərhələsinin hazırlanması, monitorinqini keçirilməsi və nəticələrini qiymətləndirilməsi, KİV-də media-aksiyaların təşkili görülməli işlər sırasındadır.

Çapa hazırladığımız bu elmi-kütləvi nəşr də layihənin növbəti mərhələsində görülən intellektual-sahəvi əməyin məhsu-

lu kimi təqdim olunur. Xarici və yerli mütəxəssislərin kreativ biznes, yeni innovativ iş yerlərinə aid müxtəlif materialları inanırıq ki, bu sahənin adamlarına, geniş oxucu kütləsinə, iş adamlarına müəyyən bilgiləri çatdıracaq.

**Aydın Xan Əbilov**

Layihə rəhbəri, SİMİB  
sədrinin müavini, İNK baş katibi

**Rasim Məmmədov**

SİMİB sədri, İNK İH-nin sədri,  
DAMMİB-nin I vitse-prezidenti

# **Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında**

## **AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI PREZİDENTİNİN FƏRMANI**

Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 109-cu maddəsinin 32-ci bəndini rəhbər tutaraq, “Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 6 noyabr tarixli 325 nömrəli Fərmanının icrası ilə əlaqədar **qərara alıram**:

1. “Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin Nizamnaməsi” təsdiq edilsin (əlavə olunur).

2. “Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin Strukturu” təsdiq edilsin (əlavə olunur).

3. Müəyyən edilsin ki, Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin (bundan sonra – Agentlik) ilkin nizamnamə fondu 500 000 (beş yüz min) manatdır və dövlət büdcəsi vəsaiti hesabına formalaşdırılır.

4. Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti:

4.1. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin aktlarının bu Fərmana uyğunlaşdırılması ilə bağlı təkliflərini üç ay müddətində hazırlayıb Azərbaycan Respublikasının Prezidentinə təqdim etsin;

4.2. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin normativ hüquqi aktlarının bu Fərmana uyğunlaşdırılmasını üç ay

müddətində təmin edib Azərbaycan Respublikasının Prezidentinə məlumat versin;

4.3. mərkəzi icra hakimiyyəti orqanlarının normativ hüquqi aktlarının bu Fərmana uyğunlaşdırılmasını nəzarətdə saxlasın və bunun icrası barədə beş ay müddətində Azərbaycan Respublikasının Prezidentinə məlumat versin;

4.4. “Azərbaycan Respublikası Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyinin tabeliyində İnnovasiyalar Agentliyinin yaradılması haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 6 noyabr tarixli 325 nömrəli Fərmanının 6.4-cü bəndinə uyğun olaraq Agentliyin balansına verilən dövlət əmlakının qiymətləndirilərək Agentliyin nizamnamə fondunda nəzərə alınması üçün müvafiq təkliflərini üç ay müddətində Azərbaycan Respublikasının Prezidentinə təqdim etsin;

4.5. innovasiya fəaliyyətinə təsir edəcək normativ hüquqi aktlar hazırlanarkən bu Fərmanın 6-cı hissəsinin icrasını nəzarətdə saxlasın;

4.6. bu Fərmandan irəli gələn digər məsələləri həll etsin.

5. Azərbaycan Respublikasının Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi:

5.1. Azərbaycan Respublikasının ərazisində innovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsi məqsədilə xarici dövlətlərin və beynəlxalq təşkilatların maliyyələşdirdikləri proqramların (layihələrin) əlaqələndirilməsini həyata keçirsin;

5.2. bu Fərmanın 6-cı hissəsində göstərilən normativ hüquqi aktların razılaşdırılması ilə bağlı tədbirlər görsün;

5.3. Agentliyin vəsaitindən istifadə qaydasının layihəsini bir ay müddətində hazırlayıb Azərbaycan Respublikasının Prezidentinə təqdim etsin.

6. Mərkəzi icra hakimiyyəti orqanları, dövlət mülkiyyətində olan və paylarının (səhmlərinin) nəzarət zərfi dövlətə məxsus olan hüquqi şəxslər və dövlət adından yaradılan publik hüquqi şəxslər hazırladıqları innovasiya fəaliyyətinə təsir edəcək nor-



mativ hüquqi aktların normayaratma orqanına təqdim edilməzdən əvvəl “Normativ hüquqi aktlar haqqında” Azərbaycan Respublikası Konstitusiyaya Qanununun 46-cı maddəsinə uyğun olaraq Azərbaycan Respublikasının Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi ilə razılaşdırılmasını təmin etsinlər.

7. Azərbaycan Respublikasının Maliyyə Nazirliyi bu Fərmanın 3-cü hissəsində göstərilən məbləğdə maliyyələşməni təmin etsin.

8. Azərbaycan Respublikasının Ədliyyə Nazirliyi mərkəzi icra hakimiyyəti orqanlarının normativ hüquqi aktlarının və normativ xarakterli aktların bu Fərmana uyğunlaşdırılmasını təmin edib Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinə məlumat versin.

**İlham ƏLİYEV,**  
**Azərbaycan Respublikasının Prezidenti**

Bakı şəhəri, 22 fevral 2019-cu il  
№ 545

<http://www.e-qanun.az/framework/41539>

## **BİZNES İNKUBATOR – GƏNCLƏRƏ YENİ İMKAN**

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyev tərəfindən uğurla davam etdirilən sosial-iqtisadi siyasət nəticəsində ölkəmizdə davamlı və dayanıqlı iqtisadi inkişaf, makroiqtisadi sabitlik təmin edilmiş, əlverişli biznes və investisiya mühiti yaradılmış, sahibkarlıq fəaliyyəti genişləndirilmişdir. Bu gün iqtisadiyyatın diversifikasiyası, qeyri-neft sektorunun inkişafı prioritet istiqamətlərdəndir və bu sahədə özəl sektor xüsusi rol oynayır. Dövlət başçısının “Ölkəmizin inkişafı sahibkarlığın inkişafından asılıdır” strateji xəttinə uyğun olaraq, Azərbaycanda innovativ sahibkarlığın stimullaşdırılması üçün özəl bölməyə xüsusi diqqət göstərilir, müxtəlif istiqamətlər üzrə dövlət dəstəyi tədbirləri davam etdirilir. Bu siyasətə uyğun olaraq, ölkəmizdə investisiya mühitinin daha da yaxşılaşdırılması, sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsi üçün müvafiq innovasiya strukturlarının - innovasiya mərkəzlərinin, biznes-inkubatorların, texnoparkların yaradılması nəzərdə tutulur və artıq bu sahədə əhəmiyyətli işlər görülmüşdür. Belə ki, hazırda ölkəmizdə Sumqayıt Texnologiyalar Parkı fəaliyyət göstərir, Sumqayıt Kimya Sənaye, Balaxanı Sənaye və Yüksək Texnologiyalar parklarının təşkili istiqamətində müvafiq işlər görülür. Azərbaycanda biznes inkubatorların yaradılması istiqamətində də tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Belə ki, gənclərin məşğulluğunun təmin edilməsi, onların sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsinin təşviq olunmasına dair Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin müvafiq tapşırıqlarını və müxtəlif dövlət proqramlarında biznes inkubatorların yaradılmasına dair müəyyən olunmuş tədbirlərin icrasını təmin etmək məqsədilə İqtisadiyyat və Sənaye Nazirliyi tərəfindən 2013-cü ildən “Azərbaycan gənclərinin sahibkarlıq fəaliyyətində iştirakının dəstəklənməsi

layihəsi”nin icrasına başlanılmışdır. Layihə çərçivəsində təşəbbüskar gənclər üçün biznes inkubatorların yaradılması da nəzərdə tutulmuşdur. Biznes inkubatorların yaradılması ilə ölkəmizdə sahibkarlığa göstərilən dövlət dəstəyi, biznes və investisiya mühitinin daha da yaxşılaşdırılması tədbirləri davam etdiriləcək, innovativ və perspektivli biznes sahələrinin inkişafına, eləcə də gənclərin məşğulluq səviyyəsinin artırılmasına nail olunacaqdır. Yeri gəlmişkən qeyd edək ki, biznes inkubator - başlanğıc mərhələdə kiçik sahibkarlığın yaranması üçün onlara icarə üçün yer verən, məsləhət, hüquqi, mühasibat və digər xidmətlərlə kömək edən təşkilatdır. İlk biznes inkubatorlar ötən əsrin 50-ci illərində ABŞ-da meydana gəlib. Hazırda biznes inkubatorlar bütün dünyada mövcuddur və müvəffəqiyyətlə fəaliyyət göstərir. Ümumiyyətlə, biznes inkubatorlarda sahibkarlıq fəaliyyətinə yeni başlayanlara müxtəlif xidmətlər göstərilir və hər bir inkubatorada bu xidmətlərin sayı fərqli olur. Biznes inkubatorlarda göstərilən başlıca xidmətlər əsasən, ofisin zəruri avadanlıqlarla təmin olunması, mühasibat uçotunun, kargüzarlığın aparılması, biznesin irəliləməsi strategiyasının hazırlanmasında məsləhətlər, sərmayə axtarışı, biznesin aparılması və bu sahədə uğura nail olunması üçün müxtəlif təlimlərin, seminarların keçirilməsi və digər xidmətlərdir. Artıq Azərbaycanda da biznes inkubatorun yaradılması istiqamətində ilk addım atılmışdır. Sentyabrın 10-da Xaçmaz rayonunda Quba-Xaçmaz Regional İnkişaf Mərkəzində biznes inkubator fəaliyyətə başlamışdır. Biznes inkubatorun yaradılmasının əsas məqsədi Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda gənclərin sahibkarlıq təşəbbüsünün dəstəklənməsi, yeni biznes və məşğulluq imkanlarının yaradılması, sahibkarlara göstərilən dövlət dəstəyinin gücləndirilməsidir. Məlumat üçün qeyd edim ki, son dövrlərdə bu istiqamətdə bir sıra tədbirlər həyata keçirilməkdədir. Belə ki, ölkədə gənclərin iqtisadi fəallığının artırılması, onların sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsi məqsədilə 2002-2014-cü illər ərzində 3040 gənc sahibkara 278,4 milyon

manat həcmində güzəştli kreditlər verilmişdir ki, bu da 13 minə yaxın yeni iş yerinin yaradılmasına imkan verir. Bundan başqa, gənclərin sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsi üçün müxtəlif maarifləndirmə tədbirləri keçirilir, Almaniya-Azərbaycan ikitərəfli Proqramı çərçivəsində sahibkarlar və gənc menecerlər Almaniyağa ixtisasartırma kurslarına göndərilir. 2009-2014-cü illərdə 200-ə yaxın sahibkar və gənc menecer Almaniyanın müxtəlif şəhərlərində ixtisasartırma kursu keçmişdir. Görülmüş işlərin nəticəsidir ki, son illər sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olanlar arasında gənclərin sayının artması müşahidə edilir. Biznes inkubatorunda fəaliyyət göstərəcək iştirakçılar bu ilin iyul ayında İqtisadiyyat və Sənaye, Gənclər və İdman nazirliklərinin, Azərbaycan Respublikası Sahibkarlar (İşəgötürənlər) Təşkilatları Milli Konfederasiyasının nümayəndələrindən ibarət komissiyaya tərəfindən seçilmişdir. Ümumilikdə, biznes inkubatorunda ilkin olaraq 20 gənc turizm, istehsal, kənd təsərrüfatı və xidmət sahələrində sahibkar kimi hazırlanacaq. Biznes inkubatorun fəaliyyəti üçün Quba-Xaçmaz Regional İnkişaf Mərkəzinin 2 mərtəbəsində 500 kv metrə yaxın sahə ayrılmış və müasir tələblərə cavab verən ofis avadanlıqları ilə təchiz olunmuşdur. Burada gənclərə sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamaq üçün nəzəri və praktik məlumatlar verəcək, biznesin planlaşdırılması və idarə edilməsi, investisiya layihələrinin və biznes planların hazırlanması, marketing araşdırmalarının aparılması, sərəgilərin təşkili, potensial biznes tərəfdaşlarla əlaqələrin qurulması və digər məsləhət xidmətləri göstəriləcəkdir. Sonda verilmiş biliklərin gənclər tərəfindən mənimsənilməsi səviyyəsinin öyrənilməsi üçün monitorinqlərin keçirilməsi, nəticələrin təhlili və qiymətləndirilməsi planlaşdırılır. Biznes inkubator Bakı Biznes Tədris Mərkəzi tərəfindən hazırlanmış müvafiq tədris plan və proqramları, eləcə də zəruri metodiki vəsaitlərlə təmin olunmuşdur. Yerli mütəxəssislərlə yanaşı, gələcəkdə biznes inkubatorunda xarici ekspertlərin fəaliyyəti də nəzərdə tutulur. Bundan başqa, biznes inkubator iştirakçıları fəa-

liyyət göstərdikləri sahələr üzrə gələcəkdə xarici ölkələrin müəssisələrində ixtisasartırma keçəcək, onlarla biznes əlaqəsi qurmalarına köməklik göstəriləcəkdir.

Xaçmazda biznes inkubatorun yaradılması sahibkarlığın inkişafına, xüsusilə gənclərin sahibkarlıq fəaliyyətinə cəlb edilməsinə göstərilən növbəti dəstək tədbiridir. Biznes inkubator Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunda sahibkarlığı daha da inkişaf etdirməklə yanaşı, innovativ və perspektivli biznes sahələrinin inkişafına töhfə verəcək, regionda məşğulluğun artırılmasında əhəmiyyətli olacaqdır. Bu layihənin davamı olaraq, Balaxanı Sənaye Parkında, Sumqayıt Kimya Sənaye Parkında, Aran Regional İnkişaf Mərkəzində və s. biznes inkubatorların yaradılması nəzərdə tutulur.

# AZƏRBAYCAN TİMSALINDA İNNOVASİYALARIN İQTİSADI İNKİŞAFA TƏSİRİ

İqtisadi inkişaf ölkədəki milli gəlirlərin ÜDM-nin xarici-ticarət səviyyəsinin, pul və borc səviyyəsinin ölçülməsidir. İqtisadi inkişafa təsiredən bir sıra amillər vardır. Dövlət sektoru, təbiət, enerji, maliyyə, vergi, əhali və texnologiyamı bu amillərə misal göstərmək olar. Günümüzdə isə inkişaf texnoloji tərəqqi ilə əlaqədardır. Texnologiyanın sürətli inkişafı isə innovasiyanı sahibkarlıq fəaliyyətinin yaranması üçün başlıca şərtlərinə gətirir. İnnovativ yanaşma ilə əlavə dəyəri qazanmaq inkişafda açar rolunu icra edir. Sənaye inqilabından sonra, bilik və biliyə əsaslanan iqtisadi yanaşmalar dünyanın ən aktual problemlərindəndir.

Qloballaşma prosesi və dünya iqtisadiyyatındakı rəqabətlik elm ilə əlaqəli iqtisadiyyatın inkişafı üçün daha vacibdir. İqtisadi artım, rəqabət qabiliyyətliliyi və məşğulluq imkanlarını qorumaq üçün ölkələr sürətlə yeni ideyaları texniki və kommersiya uğurlarına çevirməlidirlər. Bu prosesdə sənaye cəmiyyəti öz yerini informasiya cəmiyyətinə vermişdir. Xüsusilə dünya iqtisadiyyatının böyük bir hissəsi olan inkişaf etmiş ölkələrdə bu proses daha sürətli hala gəlmişdir. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrin dünya bazarlarında daha böyük payı olduğuna görə, bilik əsaslı sahələrə kapital qoyuluşlarının həcmimüntəzəm artır. Hər gün artan rəqabətə davam gətirmək üçün ən səmərəli üsullardan biri innovasiyadır. Buna görə də, innovasiya tədqiqatları bilik bazasına və ya biliklərə əsaslanan iqtisadiyyatların yerləşdirilməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Qloballaşmanın və texnoloji inkişafın təsirləri müəssisələri ciddi iqtisadi rəqabətə aparır. Müəssisələr uzun müddətli mövcudluğunu davam etdirmək və davamlı rəqabət üstünlüyünə nail olmaq üçün rəqabət strategi-

yasına malik olmalıdırlar. İnnovasiya fərdi və sosial ehtiyacları daha effektiv təmin edir İnnovasiya sahibkarlıq ruhu üçün də vacib istiqamətlərdən biridir. Hər bir yeni müəssisə müəyyən bir yenilik gətirmək prosesindən sonra doğulur. Bundan əlavə, bütün təşəbbüslər rəqabət gücünü saxlamaq üçün daimi yenilənmə tələb edir. İqtisadi artım, rəqabət qabiliyyətliliyi və məşğulluq imkanlarını qorumaq üçün ölkələr sürətlə yeni ideyaları texniki və kommersiya uğurlarına çevirməlidirlər.

### **1. İnnovasiya və onun iqtisadiyyatda rolu**

Ən sadə təriflə desək, innovasiya fərqli, yeni fikirlərin düşünlülməsi və bunların həyata keçirilməsidir. Hansı ki, bu fikirlər əvvəllər həll olunmamış problemləri həll etməyə, ya da varolan fikirlərin, xidmətlərin istifadəyə yararlı olmasına yardım edir. Bu innovativ fikirlərin həyata keçirilməsi, yeni məhsulların hazırlanması və satılması ilə innovasiya baş vermiş olur. İnnovasiya dedikdə, istehsala tətbiq yöntəmi ilə yanaşı ondan gələn gəlir də nəzərdə tutulur. Bir sözlə, innovasiya yeni ideyaların istehsal prosesindən keçib bazarda dəyər qazanmasıdır.

İnnovasiyanın baş verdiyi zaman dilimi isə elmin iqtisadiyyat və cəmiyyət üçün faydalı olan dəyərə çevrilməsindən ibarət olur. Yəni bu zaman dilimində innovativ düşüncələrə malik olan şəxslər yeni fikirlər ortaya çıxarırlar.

İnnovasiya prosesi mərhələləri

- mövcud olan problemin yeni texniki həllini tapmaq;
- elmi araşdırmaların və təcrübə işlərinin aparılması;
- satışın hazırlanması və təşkili;
- yeni brendlərin bazarda yer tutması.

İnnovasiya cəmiyyət, müəssisələr və ölkə iqtisadiyyatı üçün bir sıra müsbət nəticələr yaradır. Müəssisələrə yönəlik nəticələrə rəqabət üstünlüyünü təmin etməsi, səmərəliliyin artımı, mənfəətin artması, xammalın effektiv istifadə olunması, keyfiyyətin artması, informasiyanın iqtisadi dəyərə çevrilməsi, müştəri

məmnuniyyətinin maksimuma çatdırılması, istehsal müddətlərinin qısaltılması və tullantıların minimuma çatdırılmasını misal göstərmək olar.

Cəmiyyət və iqtisadiyyata yönəlik nəticələr: həyat standartının yüksəldilməsi, davamlı iqtisadi böyümənin təmin olunması, məşğulluğun artması, sahibkarlığın artması, xaricdənəsəlililiğin azalması və s.

Innovasiyaların inkişafı və tətbiqi ilə bir sıra ciddi dəyişikliklər baş verə bilər. Belə ki, ortaya çıxan innovativ nəticələrlə bir çox problem köklü şəkildə aradan qalxır. Məsələn, internetin kəşf olunması və tətbiqi İKT sahəsində inqilaba səbəb olmuşdur.

Yeni və innovativ fikirlər sahibkarlıq fəaliyyətlərini inkişaf etdirir. Yeni sahibkarlıq sahələrinin yaradılması və həyata keçirilməsi sənayenin inkişafı deməkdir. Nəticədə isə ölkə iqtisadiyyatı inkişaf edir.

Əgər bir firma yuyulduqdan sonra ütülənməyəcək parçalar istehsal edirsə, başqa bir firma daha çox məhsulverən, xəstəliklərə davamlı bitki toxumları hazırlayırsa, uşaqların yumurtanı sevə-sevə yeməsi üçün onları daha diqqət çəkəcək formayasalırsa, bu zaman innovasiya baş verir. Ya da xəstəxana ora gələn xəstələrin müayinə nəticələrini öz internet ünvanında yayımlayırsa bu da elə innovasiyadır. Innovasiya yenilik mənasına gəldiyi üçün yeni fikirlər nəticəsində ərsəyə gələn məhsullar digərlərini ötür keçir və daha çox müştəri qazanır. Misal üçün NESLE firması Türkiyədən aldığı findığı istehsal prosesindən keçirərək və dəyər zəncirinə qataraq dəfələrlə artıq pul qazanır.

Dünya İqtisadiyyat Formunun etdiyi araşdırmalara görə, son illərin rəqabət gücü ən yüksək olan ölkəsi Finlandiyadır. Bəs bu səviyyəyə çatmaq üçün Finlandiya ölkə olaraq nə etmişdir?

Finlandiya innovasiyaya etdiyi yatırımla güclü bir iqtisadiyyata malik cəmiyyət yaratdı. Belə ki, Fin hökuməti, təqribən 20 il öncə innovasiyaya böyük qaynaqlar ayırmağa başladı. Bu investisiyalar, iqtisadiyyatın zəif olduğu vaxtlarda da davam etdi.



1990-cı ilin əvvəlində yaranan kriz bununla azaldıldı. İqtisadi krizdən sonra təhsil və araşdırma proqramı həyata keçirilməyə başladı. Bu proqramın hədəflərindən biri də universitetlər və şirkətlər arasında güclü bir əlaqənin qurulması idi. Beləliklə meşəçilik və əkinçiliyə əsaslanan iqtisadiyyatın yerinə innovasiya əsaslı iqtisadiyyat formalaşmağa başladı. 2000-ci ildən etibarən elm və texnologiya sahəsi Finlandiya iqtisadiyyatının əsas hissəsinə çevrildi. İnnovasiya iqtisadiyyatın hər bir sahəsində dəstəklənməyə başladı. Nəticə olaraq, 1985-ci illərdə adambaşına düşən milli gəlir 10.470 dollar idisə, 2004-cü ildə isə 29 000 dollara yüksəldi. Bu misalla biz bir daha innovasiya əsaslı iqtisadi inkişafın şahidi oluruq.

İnnovasiya, texnoloji tərəqqi elm və texnologiya sahələrindəki irəlləyişlərdən asılıdır. Bu səbəbdən, elmi biliklərin tədris olunduğu universitetlərdə fundamental araşdırmalarla yanaşı, tətbiqi araşdırma fəaliyyətləri də həyata keçirilməlidir. Universitetlərdəki bu elmi fəaliyyətlərin reallaşdığı, yeni təşəbbüslərin yarandığı və universitet-sənaye əməkdaşlığının yaşandığı yerlər texnopark kimi tanınır.

Texnopark, innovasiya və kəşf sahiblərinin müvəffəqiyyət qazana bilməsi üçün münasib iş şəraiti yaradan, şirkətləri, yeni təşəbbüskarları bir araya gətirən, universitet və sənaye arasında əməkdaşlıq yaradan bir sistemdir. Digər bir ifadə ilə texnopark, universitet və araşdırma mərkəzləri ilə bilik, insan kapitalı və qabaqcıl texnologiyaya əsaslanan sənaye şirkətlərinin əməkdaşlığını nəzərdə tutan, sistem daxilindəki şirkətlərə texnologiya transferi və ya menecment mövzusunda yardımçı olan təşviqədiçi təşəbbüsdür. İlk dəfə isə “texnopark” anlayışı 1950-ci illərdə ABŞ-da orataya atılmış və dünyanın ilk texnoparkı məhz orada qurulmuşdur. Texnoparklar ABŞ-da araşdırma parkı, Böyük Britaniyada elm parkı, Fransada texnopol, Yaponiyada texnopolis, Almaniyada texnologiya (innovasiya) mərkəzi olaraq adlandırılır.

## **2. Azərbaycanca innovasiyanın tətbiqinin inkişafı**

Azərbaycanda isə, 2009-cu ildə qurulan Barama İnnovasiya və Sahibkarlıq Mərkəzi ölkəmizdə sahibkarlığa dəstək verən qurum oldu. Daha sonra 2012-ci ildə Bakı Mühəndislik Universiteti nəzdində Texnoparkın, 2013-cü ildə “Yüksək Texnologiyalar Parkı”nın qurulması və startaplara dəstək olması, 2014-cü ildə “Fabrika Co-Working” mərkəzinin açılması ilə Azərbaycanda ilk dəfə olaraq co-working sözünü gətirdi. Elə həmin ildə İqtisad Universiteti nəzdində İnnovativ Biznes İnkubator mərkəzi yaradıldı. 2015-ci ildə “Baku Business Factory”, “Next Step Innovation Centre” və “Sup.az Akselelator”u fəaliyyətə başladı. 2016-cı ildə “Colab Co-Working” mərkəzi istifadəyə verildi.

Hər il bu mərkəzlərdə onlarla, bəlkə də daha çox innovativ fikirli gənc layihəsi üçün dəstək görünür və startapçıya çevrilir. Startap yeni və innovativ təşəbbüslə qurulan şirkətlərə verilən addır. Startaplar yeni ideyanı həyata keçirmək üçün bir araya gələn komanda üzvlərindən ibarət olur. Startap ifadəsi 1990-cı illərdən etibarən məşhurlaşmağa başladı. Hansı ki, həmin dövrdə “nöqtə.com” şirkətləri yenicə yaranmağa başlayırdı. Belə internet şirkətlərinə bu günə kimi fəaliyyətini davam etdirə bilən “amazon.com” və “ebay.com” misal ola bilər.

Beləliklə, rəqabətin artmasında texnoloji və yeniliklərin sürətli inkişafı sahibkarlıq fəaliyyəti üçün vacib bir şərtidir. İstehsalın geniş çeşidli xidmətini əhatə edən innovasiya yerli, regional və ya milli səviyyədə vacib rol oynayır. Müxtəlif səviyələrdə innovativ yenilik iqtisadi inkişafda mühüm rol oynayır və bölgədə sinerji yaradır. Yenilikçi bir yanaşma ilə əlavə dəyər əlavə etmək rəqabət və inkişafda mühüm rol oynayır. Bununla yanaşı, AR-GE innovasiyaların tədqiqat nəticələrinə əsaslanan yeniliklər və tədqiqatlara əsaslanmasını tələb edir. Başqa sözlə, yenilik və ya yenilik prosesi təhsil və tədqiqat ehtiyacını tələb edir. Bu vəziyyət fərdi və cəmiyyəti, eləcə də ictimai varlığı birləşdirir.

İnnovasiya prosesində ən vacib amillərdən biri də tədqiqat və inkişaf fəaliyyətlərinin səmərəli qurulmasıdır. Bu kontekstdən yenilik prosesində iştirak edən tərəflər arasında universitet və elmi tədqiqat müəssisələrinin rolu hədsizdir. Buna görə də, bu qurumların innovativ yanaşmaları və onların bazarın tələblərinə olan münasibətləri çox vacib məsələlərdəndir. İnnovasiyalar 5 əsas faktora əsaslanır: sərmayələr, institutlar, insan kapitalı, mövcud olan infrastruktur və biznes mühit. İqtisadiyyatda innovasiyaların tətbiqinin genişləndirilməsi üçün güclü motivasiya mexanizmlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi rəsmi dövlət siyasəti əsasında aparılmalıdır. Çünki innovasiyaların tətbiqi iqtisadi artıma pozitiv təsir göstərə bilər və bu iqtisadi artım faktorlarından biridir. Artıq qeyd edildiyi kimi, yeni innovasiyalar mövcud məhsulların təkmilləşmələri və ya tamamilə yeni biliyə əsaslanan yeni məhsul, proses və biznes modeli ola bilər. İnnovasiya tamamilə bazar ehtiyacından irəli gəlir və bazar yönümlü ola bilər. (Aslanlı, 2017). Azərbaycan Qlobal İnnovasiya İndeksində (Global Innovation Index) 2016-cı ildə 128 ölkə arasında 85-ci olmuşdur. (Global Innovation Index 2016. <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2016-report#>). İndeksin alt kateqoriyası olan “Bilik və texnologiya məhsulları” üzrə isə ölkənin mövqeyi 128 ölkə arasında 101-ci olmuşdur. Burada patentlərin, elmi məqalələrin və yeni innovativ bizneslərin sayı qiymətləndirilən göstəricilərdən olsa da patent müraciətləri alt-kateqoriyasında 138 ölkə arasında 80-ci yeri tutmuşdur. (The Global Competitiveness Report 2016–2017 [http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf))

### **3. Azərbaycan qanunvericiliyində innovasiyanın yeri**

Azərbaycanda innovasiya prosesi kontekstində iqtisadiyyatın qurulması üçün əhəmiyyətli qərarlar qəbul edilmişdir. Bu qərarlar və onların davamlı inkişafı üçün dünya nümunələrini axtar-

maq və öyrənmək çox vacibdir. İlk növbədə, Azərbaycanda elmi fəaliyyətin təşkili, idarə edilməsi və inkişafı sahəsində dövlət siyasətinin əsas prinsiplərini, elmin və elmi-innovasiya fəaliyyətinin məqsədlərini, elmin maliyyələşdirilməsi mexanizmlərini, elmi nailiyyətlərin stimullaşdırılmasını “Elm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu müəyyən edir. Qanunun “Elmi innovasiya sahəsində dövlət siyasətinin əsas istiqamətləri” adlanan 4-cü maddəsinə əsasən dövlət elmi innovasiya fəaliyyətini həyata keçirən bütün müəssisə və təşkilatlar üçün bərabər şərait yaradır və onların fəaliyyətini stimullaşdırır. 6 dekabr 2016-cı ildə Azərbaycan Prezidentinin “Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələrinin təsdiq edilməsi haqqında” Fərmanı ilə təsdiqlənən strateji sənədlərdə innovasiyalar məsələsinə yer vermişdir. Qeyri-neft sektorunun davamlı və ölkənin perspektiv inkişaf hədəflərini müəyyən etmək məqsədilə imzalanan Fərmanla təsdiq edilən “Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi”-nin 3.1.4-ci tədbiri “Ali təhsil müəssisələrində “təhsil-tədqiqat-innovasiya” formatında inkişafın təşviqi” adlanır və universitet klasterlərinin yaradılmasını “təhsil - tədqiqat - innovasiya” zəncirinin effektivliyini artırma biləcəyini qeyd edir: “Universitet klasterlərinin yaradılması araşdırma və təkmilləşdirmələrin həyata keçirilməsini, elmi nəticələrin istehsalat tətbiqini stimullaşdıracaq, “təhsil elm-istehsal” əlaqələrinin səmərəliliyi yüksələcəkdir”. (Aslanlı, 2017). Sənədə əsasən, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası “elm-təhsil-istehsal” zəncirində aktiv iştirak etməklə Azərbaycanın qlobal istehsal zəncirində iştirakına öz töhfəsini verə bilər. Hazırda AMEA “elm-təhsil-istehsal” zəncirini qurmaq məqsədilə tədqiqat universitetinin yaradılması ilə bağlı addım atır. Biznes mühitinin yaxşılaşdırılması şirkətlər tərəfindən araşdırma və təkmilləşdirmələrə investisiyaları stimullaşdırmaqla, elmin maliyyələşməsində özəl sektorun çəkisini artırma bilər. Təhsil Nazirliyi Milli Elmlər Akademiyası və İqtisadiyyat

Nazirliyi ilə birgə 2017-2018-ci illərdə ali təhsil müəssisələrində “təhsil-tədqiqat-innovasiya” formatında inkişafın təşviqini həyata keçirməlidir. Strateji yol xəritələrində nəzərdə tutulmuş fəaliyyətlərlə bağlı monitoring, qiymətləndirmə və kommunikasiya tədbirlərini İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi həyata keçirəcək. «Təhsil haqqında» Qanun isə innovasiyalara “müxtəlif təşəbbüslər, elmi tədqiqatlar əsasında formalaşan mütərəqqi xarakterli yeniliklər” kimi qeyd edilir (“Təhsil haqqında” Qanun. <http://edu.gov.az/az/page/72/302>). “Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası”nın “ali təhsil müəssisələrinin təhsil-tədqiqat-innovasiya mərkəzlərinə çevrilməsinə dəstək nəzərdə tutulur. Azərbaycan Prezidentin 2014-cü il 2 aprel tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “İnformasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya”da da rəqabət qabiliyyətli və ixracyönlü yüksək texnologiyalar sektorunun gücləndirilməsi, ölkədə elmtutumlu və yüksək texnoloji məhsulların yaradılması və onların tətbiqini təmin edən innovasiya sisteminin formalaşması yüksək texnologiya sektorunun əsas məqsədidir. Bununla yanaşı, innovativ sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi, yeni innovasiya şirkətlərinin, elmtutumlu və yüksək texnoloji məhsulların yaradılması və onların dünya bazarlarına çıxışına dəstək verən tədbirlər; yeni bilik və texnologiyanın işlənilməsi və tətbiqi üçün texnoparklar, biznes inkubatorları və innovasiya strukturların inkişaf etdirilməsi məqsədləri qarşıya qoyulur. Prezidentin 2012-ci il 29 dekabr tarixli 800 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan 2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası”nda da bənzər məqsədlər yer almışdır. Konsepsiyada əsas hədəf qarşıdakı 10 ildə Azərbaycan Respublikasında əsasən qeyri-neft sektorunun inkişafı hesabına ümumi daxili məhsulun iki dəfə artırılması və bu artımın respublikada innovasiya yönümlü və biliyə əsaslanan iqtisadiyyatın qurulması hesabına həyata keçirilməsidir. Konsepsiyada qeyd edilir ki, əsas missiyası innovasiyaların stimullaşdı-

rılması və bazarın tənzimlənməsinə dəstək olan əqli mülkiyyətin əhəmiyyəti də yüksələcək. Əqli fəaliyyətin təşviqi, innovasiya və yaradıcılığa investisiya qoyuluşu üçün əlverişli şərait yaradılması və əqli mülkiyyətə əsaslanan kreativ iqtisadiyyatın davamlı inkişafı, ölkənin ÜDM-də onun payının daha da artırılması üçün tədbirlər həyata keçiriləcək.

Konsepsiyanın “Elmi potensialın və innovasiya fəaliyyətinin dəstəklənməsi” adlanan hissəsi aşağıdakı tədbirləri nəzərdə tutur:

- “...Elmtutumlu texnologiya, məhsul yaradılmasını sürətləndirmək məqsədi ilə innovasiya fəaliyyətinin genişlənməsi, elmi infrastrukturun təkmilləşdirilməsi, elmin maddi-texniki bazanın müasirləşməsi;

- Elmin maliyyələşdirilməsinə dövlət büdcəsi resursları ilə yanaşı, digər mənbələrin cəlb olunmasını stimullaşdırmaq (“beyinaxını”nın qarşısının alınması);

- Ölkədə innovativ iqtisadiyyat üçün elm və istehsal arasındakı əlaqələri gücləndirən, tətbiqi elmi araşdırmaların bazarın tələbinə uyğun olması üçün mexanizmlər. (Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası” <http://www.e-qanun.az/framework/27274>);

- İnnovasiya fəallığının yüksəldilməsi ilə rəqabətli məhsul istehsalı, innovasiya fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün mexanizmlərin qurulması, innovasiya potensialının səmərəli istifadəsi təmin edilməsi məqsədi ilə dövlət dəstəyi tədbirləri və qanunvericilik bazası;

- İnnovativ sahibkarlığın inkişaf etdirilməsi və yeni fəaliyyət növlərinin inkişafı üçün əlverişli mühit yaradılması, qabaqcıl texnologiya transferi və istifadəsi istiqamətində tədbirlərin gücləndirilməsi;

- Elmtutumlu məhsulların və texnologiyaların işlənilməsi və tətbiqi üçün texnopark və innovasiya zonaları yaradılması;

- İnnovativ sahibkarlığın və biliklərə əsaslanan iqtisadiyya-

tın inkişafı üçün İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı Dövlət Fondunun fəaliyyətinin təşkili;

- Uzunmüddətli dövr üçün əqli mülkiyyətə dair Milli Strategiyada və Dövlət Proqramında əksini tapan innovasiya potensialının inkişafına kömək;

- Azərbaycanca yeni bilik və texnologiyaların istifadəsini, mənimsənilməsini və yayılmasını təmin edən milli innovasiya sisteminin formalaşdırılması”...

#### **4.Nəticə**

Ümumiyyətlə, innovasiyaya əsaslanan firmaların, xəstəxanaların, restoranların, marketlərin, bankların olduğu ölkələrdə işsizlik azalır, insanların qazancı artır. Bir ölkədə innovasiya nə qədər çox olsa ümumi rifah da bir o qədər yüksək olar. Eyni zamanda ölkənin iqtisadi rəqabət gücü də yüksəlir. Nəticədə isə bu ölkə digər ölkələrə görə daha çox inkişaf edir. Universitet-sənaye əməkdaşlığı, ölkə sənayesi, elmi və texnoloji tədqiqatların nəticələri, satılan məhsul və ya xidmətin nəticələri, yeni və ya təkmilləşdirilmiş istehsal və ya paylanma üsulu və ya innovativ sosial xidmət üsulu, müasir dünya bazarlarında həlledici rol oynayır. Buna görə universitet-sənaye əməkdaşlığı innovasiya ekosisteminin ən əhəmiyyətli həlqələrindən biridir. Əslində, texnoparklar və ya texnologiya məhəllələrinin, innovasiya ekosisteminin bir çox digər elementlərinin mövcudluğunun səbəbi bu əməkdaşlığın qurulması üçün ən uyğun mühit yaratmaqdır. İqtisadi böyümə və ya iqtisadi inkişaf baxımından innovasiya və innovasiya prosesi iqtisadiyyata bu gün lokal və ya makro formalarda təsir göstərir.

Ərazisi Azərbaycanın yarısı qədər olan və ilin yarısından çoxunun günəşə həsrət qalan soyuq şimal ölkəsi Niderland Qərbi Avropanın əsas kənd təsərrüfatı məhsulları təchizatçısıdır. 2017 ilin statistikasına görə Niderlandın təkə kənd təsərrüfatı məhsulları ixracı yüz milyard avrodan çox olub ABDdən sonra dünyada

ikinci yerdədir. Ümumiyyətlə əhalisi Azərbaycandan iki dəfə çox , ərazisi iki dəfə az olan bu ölkə, dünyada fərd başına milli gəliri və ixracatı ən çox olan on ölkələrdən biridir. İkinci dünya müharibəsinin fəsadlarını aradan qaldırarkən öz iqtisadiyyatını təbii gaz və digər rezervlərin hesabına quran bu ölkə, bu rezervlərin azalmasıyla və bir sektora bağlanmasıyla iqtisadi ədəbiyyatda “Hollandiya Sindromu” adlanan bir problemlə üzləşmiş və buna görə öz iqtisadiyyatını yenidən innovativ və elmi əsaslarla qurmuşdur. Hollandiyanın sənaye, gəmi nəqliyyatı, balıqçılıq, xidmət sektoru dünyanın ən inkişaf etdiyi ölkəsi olmaqla yanaşı, kənd təsərrüfatı sektoruyla da dünyanın aparıcı oyunçuları arasındadır. Bu sektorda istehsalı torpaq qıtlığından dolayı ən innovativ metodlarla, ən məhsuldar və rəqabətə dözümlü üsullarla etmişdir. Azərbaycanın iqtisadi inkişaf strategiyasında həm hökumətin, həm də iş adamlarının bu ölkələrin innovasiya təcrübəsindən istifadə etməsi zəruri nüanslardandır. Dünya bazarında neft qiymətinin azalması və karbo-hidrogen rezervlərinin tədricən tükənməsi, Azərbaycanı Niderland, Cənubi Koreya kimi ölkələri model almağa, innovativ və elmi yenilikləri özündə birləşdirən bir infrastruktur formalaşdırmağa istiqamətləndirməlidir. 15-20 illik bir programla iqtisadiyyatlarında inqilab edən bu cür ölkələrin təcrübəsindən faydalanmaq çox aktualdır. Azərbaycanda maliyyə resursları çatışmazlığından çox , innovativ təcrübə azlığı və ya dünya təcrübəsindən uzaqlıq problemi mövcuddur. Ona görə, sənaye və iş dünyası elmi tədqiqat müəssisələri ilə intensiv əməkdaşlığı və onların köməkliyi ilə yeni texnologiya və məlumatların bu sektora transferində maraqlı olmalıdırlar. Bu çərçivədə maya dəyəri az və rəqabət qabiliyyəti güclü brendlərimizlə dünya bazarına çıxma fürsəti tapılmalıdır. Azərbaycanın coğrafi -stratejik mövqeyi və əlverişli iqlim şəraiti bu istiqamətdə üstün mövqe sayıla bilər. İlk əvvəl bir neçə brendlə, misal üçün I-ci Avropa Olimpiyadasının simvollarından nar meyvəsi məhsuluyla “Göyçay Narı” brendini və ya milli



yeməklərin bəzilərini(dovğa, plov, ləvəngi, qutab və s.) elmi və innovativ metodlarla məhsuldarlığını artırıb və saxlanılma, reklam etmə, faydalarını təbliğ edərək və Avropa bazarlarına çıxarıma prosesində bir siyasət həyata keçirərək, həm ölkəmizi tanıda bilər, həm də xeyli qazanc əldə edilə bilər. Unudulmamalıdır ki , dünyanın ən böyük brendlərindən “Coca-Cola”, ”Pepsi” bir içki, McDonalds bir yeməxana xidməti göstərən brenddir. Doğrudur bu şirkətlərin yüz ildən çox yaşı və təcrübəsi var, amma hər bir ölkənin bütün dünyanı əhatə edən brendlərinin olması öz əlindədir. Dünya artıq global bir kənd halına gəlib. Sərhədlər və zaman artıq ortadan qalxıb. Yetər ki təşəbbüskarlıq ruhu ilə bu sərhədlər ortadan qalxsın.

**Elçin Süleymanov,  
Xəyalə İbrahimova**

## VENÇUR MALİYYƏLƏŞDİRMƏSİ

Vençur maliyyələşməsi — innovasiya kompaniyasının inkişafı və genişlənməsindən gəlir əldə etmək üçün yüksək riskli investisiya vəsaitidir.

Innovasiya müəssisəsinin yaradılması mərhələsində (startup mərhələsi) investisiyadan fərqli olaraq vençur maliyyələşməsi kompaniya ilk gəlir gətirməyə başladığında, başqa sözlə inkişaf və genişlənmənin ilkin mərhələsində həyata keçirilir. Vençur maliyyələşməsi əsasən vençur fondları və biznes-layihələr (innovasiya layihələrinə şəxsi vəsaitlərini yerləşdirməyə hazır olan fiziki şəxslər) həyata keçirirlər. İdarəetmə kompaniyası qapalı səhmdar fondun təşkilati-hüquqi şəklində yaradılır.

Vençur kapitalı 1950-ci illərin sonlarında ABŞ-da meydana çıxdı və tezliklə özünə geniş fəaliyyət meydanı əldə etdi.

Vençur investisiyasının əsas xüsusiyyətləri

Vençur investisiyasının əsas xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- Kompaniyanın “portfeli”-nin qiymətinin artmasında professional vençur investorlar (mütəxəssislər) komandasının aktiv iştirakı;

- Investisiyanın cəlb edilməsi kompaniyanın nizamnamə kapitalının və ya borcun konvertasiyası yolu ilə həyata keçirilir;

- Kompaniya gələcəkdə investorların marağına uyğun qurulur;

- Investisiya strategiyası ortamüddətli və uzunmüddətli olur;

- Vençur investisiyasının son məqsədi, gəliri aktivlərin strateji və ya portfel investorlarına satışının nəticəsində və ya kompaniyaların aksiyalarını satışa verməklə əldə etməkdir.

Innovasiyaların maliyyələşdirilməsində vençur kapitalının rolu

Dinamik inkişaf edən iqtisadiyyat daim özü ilə yeniliklər və dəyişikliklər gətirir. Bəşər tarixinin inkişafının müxtəlif mər-

hələlərinde iqtisadiyyatın təkamülü həmişə məhsuldar qüvvələrin istehsala səmərəli cəlb olunması problemi ilə qarşı-qarşıya dayanmışdır. Bu baxımdan resurslardan qənaətli istifadə və bunun qarşılığında daha çox məhsul istehsal edərək bazara təqdim etmək kimi məsələlər həm sahibkarlıq subyektlərinin həm də elm adamlarının əsas müzakirə obyektinə çevrilmişdir.

Yeniləşən və inteqrasiya olunan müasir dövrümüzdə, dövlətlərarası, regionlararası və şirkətlərarası rəqabətin kəskinləşdiyi vaxtda göstərilən problemlər daha qabarıq xarakter alaraq ölkəmizin dünya bazarında yerinin müəyyənləşməsi və mövqeyinin möhkəmləndirilməsi baxımından mühüm aktuallıq kəsb edir.

Qeyd edək ki, inkişaf etmiş dövlətlər bu məsələlərin həllində daha çevik siyasət həyata keçirərək iqtisadiyyatın elastik və dinamik inkişafını qabaqlamaq və onun tələblərini qarşılamaq məqsədilə özlüyündə daha mürəkkəb və sadə təzahür formasına malik biznes alətlərini formalaşdırmağa çalışırlar. Təbii ki, bunun kökündə yenə də mövcud insan, kapital, əmək ehtiyatları, təbii sərvətlər kimi resurslardan maksimum səmərəli istifadə olunması məsələləri dayanır.

İstehsalda səmərəlilik əldə edilməsi məqsədilə son dövrlər insan amili mərkəzə çəkilərək digər resurslar onunla əlaqələndirilir və bu ikili qarşılaşdırmalar nəticəsində yeni kombinasiyalar meydana çıxır ki, nəticədə məhsuldar qüvvələrin yeniləşmiş gücü ortaya çıxır. Bu baxımdan qarşıya qoyduğumuz problemin mərkəzində insan və kapital amili qarşılaşır ki, bunun da nəticəsində bənzəri olmayan yeni məhsul, spontan inkişaf və daha çox gəlir gətirən bir model ortaya çıxır.

Fikrimizcə, vençur kapitalını insan və maliyyə kapitalının qarşılıqlı sintezindən meydana çıxan bir məhsul adlandırsaq heç də yanılmırıq. Vençur kapitalı bazarda yeni yaranan və özünə müvafiq yer qazanmaq uğrunda mübarizə aparan firmaların maliyyələşdirilməsi üçün nəzərdə tutulan investorlar tərəfindən yönəldilən maliyyə vəsaitidir. Vençur sərmayələri digər investisi-

yalardan yüksək riskli olması ilə fərqlənilir. Vençur kapitalı bir çox hallarda birbaşa özəl investisiya qoyuluşunda istifadə edilir və adətən xarici sərmayəçilər tərəfindən həyata keçirilir. Lakin, dövlət qurumları tərəfindən də bu növ investisiyalar yatırılmaqdadır. Bu tip investisiya qoyuluşları əsasən yeni və ya müflis olmaq təhlükəsi ilə üzbaş qalmış şirkətlərin inkişafı üçün həyata keçirilir. Vençur sərmayəsi sonda çox yüksək gəlir gətirən, amma bununla yanaşı yuxarıda da qeyd etdiyimiz kimi yüksək riskli investisiyalardır. Həmçinin bu tip investisiyalar müəssisənin kapitalında pay sahibi olmaq üçün də istifadə olunur. Vençur fondları innovasiya layihələrini güzəştli əsasda maliyyələşdirə bilər. Vençur fondları innovasiya fəaliyyətinin çox kanallı mənbələrindən istifadə etməklə kapitalı birləşdirə və paylaşdıra bilər. Bu halda innovasiyanın maliyyələşməsi ilə əlaqədar risk müxtəlif tərəflər arasında səhm kapitalı fondunda iştirak dərəcəsinə görə mütənasib bölünür. Fondun vəsaitlərini eyni zamanda bir neçə innovasiya layihəsinə yerləşdirdikdə gəlir əldə etmək ehtimalı artır. İnnovasiya fəaliyyəti riskli xarakterə malik olduğundan vençur (innovasiya) fondları öz risklərini diversifikasiya etməli, layihə portfelini formalaşdırmalıdır. İqtisadi inkişaf etmiş ölkələrin təcrübəsinə görə innovasiya fondu portfelində 10 maliyyələşən layihədən 9-u gəlir gətirmir, 10-cu layihə isə 100% gəlir gətirməlidir ki, orta gəlir 10% olsun. Bu ölkələrdə innovasiya fondlarına milli kommersiya bankları, korporasiya, şəxsi insanlar, investisiya bankları, beynəlxalq investorlar vəsaitlərini investisiya edirlər.

Vençur fondları “boz” (qeyri-leqal) və kriminal kapitalların böyük hissəsini cəlb edə bilərlər. Risk kapitalı investorlarının intensiv fəaliyyəti vəsait qoyuluşunda onların maddi marağını əks etdirir. Digər bərabər şəraitdə belə maraq aşağıdakı vəziyyətlərlə izah edilir:

- Kapital qoyuluşunun yüksək faiz gətirən alternativ üsulunun olmamağı;

- Kredit bazarında ənənəvi əməliyyatlar üçün borc faizinin aşağı olması;
- Dövlətin pul-kredit siyasətinin risk maliyyələşməsinin stimullaşdırılması;
- Sənaye-maliyyə qruplarının birgə maraqları və s.

Riskin vençur kapitalı bazarının inkişaf etdirilməsi məqsədi ilə vençur sahibkarlığı kredit ehtiyatları bazarında güzəştlərin verilməsi ilə, innovasiya firmalarına və vençur müəssisələrinə vergilərin aşağı salınması ilə dövlət tərəfindən stimullaşdırılmalıdır. Vençur sərmayəçisi dedikdə isə bu növ investisiyaların qoyuluşunu həyata keçirən şəxs və ya şirkət kimi başa düşülür. Vençur sərmayəçiləri kapitalın yatırılması forma və şəklinə görə genişmiqyaslı və dar çərçivəli investor olmaqla iki hissəyə ayrılırlar. Həyat şəraitinin müxtəlif səviyyələrində, çoxsaylı geoiqtisadi regionlarda və iqtisadiyyatın fərqli sahələrində çalışan vençur investorları geniş miqyaslı vençur investoru adlanır. Dar mənada dedikdə isə bu əsasən iqtisadiyyatın götürülmüş bir və ya iki sferasında həyata keçirilən investisiya fəaliyyəti başa düşülür.

Vençur sərmayəçiləri əsasən firmaların ilkin fəaliyyətinin maliyyələşdirilməsi ilə xarakterikdirlər. Lakin, şirkətlərin inkişafının müxtəlif səviyyələrində də vençur investisiyalarının yatırılmasına rast gəlmək olar. Vençur kapitalı müəssisə hələ heç bir məhsul istehsal etmədən və ya özünün qiymətli kağızlarını buraxmadan şirkətə yatırıldığından ona çox vaxt start kapitalı adı da verilir. Bununla yanaşı vençur investisiyası firmanın çətin vəziyyətindən çıxması üçün də yatırılır ki, bu da şirkətə özünün ağır dövrlərini keçərək bazarda müvafiq yerini tuta bilməsinə böyük yardım edir. Bir sıra vençur fondları bazarda səhmdar cəmiyyətlərinin yenidən qurulması və yenidən kapitallaşmasına dəstək göstərməklə bu yolla onların investorlar üçün cəlb edici hala gətirilməsi istiqamətindəki fəaliyyətlərinə görə də ixtisaslaşılırlar.

Qeyd edək ki, vençur sərmayəçiləri üçün başlıca cəzb edici sahə dünyanın müxtəlif regionlarında əldə edilən elmi-texniki nailiyyətlərin maliyyələşdirilməsidir. Bununla yanaşı vençur sərmayəçiləri bəzi hallarda tikinti sektoruna, sənaye sahəsinə, xidmət sferasına da maliyyə qoyuluşu edirlər. Son dövrlər isə vençur şirkətləri pərakəndə satış və sosial məsuliyyət sferası üzrə işləyən firmalar üzrə də ixtisaslaşaraq buna xeyli vəsait də yatırırırlar. Vençur şirkətləri ölçülərinə görə müxtəlif olurlar. Belə ki, ailə səviyyəsində kiçik maliyyə vəsaiti yatırırlar - bunlar da adətən bir neçə milyonlarla dollar vəsait həcmində olur, orta və daha nəhəng sərmayəçilər ki, bu tip investorlar da bir neçə yüz milyondan başlayaraq hətta dünya səviyyəsindəki layihələrin həyata keçirilməsinə milyardlarla dollar vəsait yatırırırlar.

Vençur sərmayəçiləri digər investordan fərqli olaraq vəsait yatırıqları şirkətlərin inkişaf etdirilməsi üçün məsləhətlər verərək onların idarə olunmasında yaxından iştirak edirlər. Bu sərmayəçilər onlarla və hətta yüzlərlə şirkətə investisiya yatırmaqla özlərinin kapitallaşma sahəsindəki mövcud təcrübələrini daha da təkmilləşdirməyə çalışırlar. Onu qeyd etmək lazımdır ki, vençur kapitalı bütün şirkətlər üçün uyğun deyildir. Belə ki, vençur fondları istənilən layihələrə və innovativ təkliflərə tez bir zamanda vəsait ayırmırlar. Onlar müştərilərdən (iqtisadçılardan, mühəndislərdən, fiziki və hüquqi şəxslərdən) xeyli sayda layihə təkliflərini toplayır, təmkinlə empirik prinsiplər əsasında onları qiymətləndirir və sonda onları maliyyələşdirilib və ya maliyyələşdirilməməklə bağlı qərarlar verirlər. Bu səbəbdən də təcrübə göstərir ki, bir çox hallarda investora təqdim edilmiş yüz layihədən yalnız bir-ikisi maliyyə vəsaiti əldə edə bilər. Bu baxımdan da vençur kapitalı sərmayələrin çətinliklə əldə edilməsi, tələbkarlığın çox olması və yüksək rəqabətin mövcudluğu ilə də analoji investisiyalardan xeyli dərəcədə fərqlənirlər.

Vençur sərmayəçiləri əsasən yüksək risklərə malik olmasına baxmayaraq sonda yüksək inkişaf göstəricisi vəd verən layihələrə

rin nəticələrini 3-7 il arasında gözləməyə razı olaraq maliyyə yatırırırlar. Əgər, hər hansı bir şirkətin yaxşı tərtib edilmiş və əsaslandırılmış biznes-planı, yüksək ixtisasa və təcrübəyə malik olan menecerlər heyəti, təsisçilərin özlərinin də maliyyə qoyuluşları və işin uğuruna yüksək inamı, layihənin icrasından illik 40%-lik mənfəət gözləmələri varsa onda bu layihəyə investoru cəlb etmək asan olar.

### **Vençur sərmayəçilərini cəlb edən əsas amillər**

Vençur sərmayəçilərini cəlb edən əsas amillərə aşağıdakıları aid etmək olar:

- Əmtəə və xidmətlər bazarı ilə bağlı yeni innovativ ideyalar, innovativ texnologiya və məhsulun yenilənmiş şəklinin bazara daxil edilməsi;

- Şirkətin idarə olunmasında qərarların qəbuluna təsiredici səsə malik olmaqla iştiraka cəlb olunması;

- Patentləşdirilmiş, müəlliflik hüququ olan və məxfiliyi qorunan ixtira əsasında ortaya çıxmış yeni məhsulların olması;

- Şirkət daxilində əlverişli mühitin olması vençur sərmayəçisində ilkin kapital yatırmaqla yanaşı gələcək inkişaf layihələrinin də maliyyələşdirilməsi üçün də stimül yaradır;

- Vergi güzəştlərinin olması;

- Bu sahənin inkişafına yönəlmiş dövlət qayğısının və dəstəyinin olması və s.

Vençur sərmayəçiləri üçün cəlb edici sahələr

Vençur sərmayəçiləri üçün başlıca cəlb edici sahələr aşağıdakılardır:

- İnformasiya-kommunikasiya texnologiyaları;
- Kompüter avadanlığının istehsalı və proqram təminatı;
- Rabitə və multimediyaya avadanlıqlarının istehsalı;
- İnternet və elektron biznesin inkişafı;
- Təbiət elmlərinə daxil olan sahələr;
- Biotexnologiya üzrə yeniliklər;
- Tibbi avadanlıqların istehsalı;

- Diaqnostik və terapiya avadanlıqları və s.
- Vençur maliyyələşdirməsini əsaslandıran şərtlər  
 Vençur maliyyələşdirməsini əsaslandıran şərtlərə aşağıdakıları misal göstərmək olar:
- Vençur sərmayəçisi investisiya qoyuluşunun qarşılığında şirkətin kapitalında iştirak payı əldə edir;
  - İncəstorun əsas gəliri – onun payının dəyərini artırmasıdır;
  - Şirkətdaxili gözlənilən gəlirin səviyyəsi 35-40% arasında dəyişir;
  - Sərmayəçinin əlində olan zəmanət – şirkətin idarə olunmasında rəhbərlik və bir səhmdar kimi hüquqlarının qorunmasıdır;
  - Riskin dərəcəsinin yüksək və daha yüksək olmasıdır (Təbii ki, riskə nisbətən də artan gəlir);
  - Layihənin təhlilinin əsas predmetinin menecer heyətinin yüksək peşəkarlığı və şirkətin bazar imkanlarının geniş olmasıdır;
  - İncəstor adətən 3-7 ildən sonra gəlir əldə edir.
- Vençur layihələrinin maliyyələşdirilməsi mənbələri  
 Vençur layihələrinin maliyyələşdirilməsi mənbələrinə isə aşağıdakıları aid etmək olar:
- Şirkətin təsisçilərinin şəxsi vəsaitləri;
  - Pensiya fondlarından cəlb olunan kapital;
  - Dövlət və beynəlxalq təşkilatların qrantları (əvəzsiz maliyyəsi);
  - Ali təhsil ocaqlarının, Elmi-tədqiqat İnstitutlarının və araşdırma mərkəzlərinin vəsaitləri;
  - Fərdi vençur sərmayəçilərinin maliyyəsi;
  - Vençur firmalarının kapitalı;
  - Vençur fondlarının vəsaitləri və s.
- Qeyd etdiyimi kimi Azərbaycan üçün yeni olan bu investisiya növü Qərbdə artıq 60 ilə yaxındır ki, geniş tətbiq olunur.



Bu baxımdan inkişaf etmiş ölkələrin təcrübələrindən istifadə olunması bu İnstitutun ölkəmizdə də formalaşması və inkişafı baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu sahədə ABŞ vençur kapitalının formalaşmasının beşiyi kimi də xarakterizə olunur. ABŞ Milli Vençur Kapitalı Assosiasiyasının 2008-ci il məlumatına görə vençur şirkətləri

tərəfindən ABŞ iqtisadiyyatında 12 milyon nəfərlik iş yeri və 3 trln. ABŞ dolları həcmində maliyyə vəsaiti formalaşdırılmışdır. Deməli, vençur şirkətlərinin əsas kapitalı ABŞ iqtisadiyyatında iş yerlərinin açılması və gəlirlərin artmasında mühüm rolə malikdir. Həmçinin, vençur kapitalının əsas etibarilə innovasiyalar və yüksək inkişaf potensialına malik olan firmalar sahəsində də genişlənməsi ABŞ iqtisadiyyatında keyfiyyət baxımından yaxşı göstəricilərin əldə edilməsinə gətirib çıxarır. Keçən əsrdə vençur kapitalı nou-haunun inkişafı, yüksək-inkişafa əsaslanan sənaye sahələrinin yəni, informasiya kommunikasiya texnologiyalarının, biotexnologiyaların, yarımkeçiricilərin və elektron-satışın inkişafı üçün başlıca alət rolunu oynamışdır. 2008-ci ildə bir sıra ekspertlər yuxarıda göstərilən siyahıya ekoloji təmiz texnologiyalar və sosial məsuliyyət kimi sahələrin inkişafının da əlavə edilməsini təklif etmişdirlər. Amerikada 1970-ci ildən 2008-ci ilə kimi 27 000 dən çox firmanın inkişafına qoyulan bütün vençur kapitalının həcmi 456 mlrd. ABŞ dolları olmuşdur. Vençur kapitalı əsasında inkişaf edən müəssisələr əsas: Masaçuset, Pensilvaniya, Texas ştatlarında müşahidə olunmuşdur. Milli Vençur Kapitalı Assosiasiyasının mütəxəssislərinin də qeyd etdiyi kimi vençur kapitalı innovativ ideyalara və elmi nailiyyətlər əsasında öz məhsul və xidmətlərini formalaşdıran sahibkarlıq subyektlərini dəstəkləməklə iqtisadi artıma və yeni iş yerlərinin açılmasına kömək göstərməklə bizim həyatımızı yaxşılığa doğru dəyişir.

Araşdırmalar göstərir ki, vençur sərmayəçiləri və ya iş adamları heç də biznes sahəsində çalışan insanlar arasından çıxmır. Bu yeni fəaliyyət sahəsinə gələnlərin əksəriyyəti elmi tə-

dqiqat, mühəndislik və tibbi ixtisas sahələrində uğur qazanan mütəxəssislərdir. Bu insanlar öz sahələrində qazandıqları və əldə etdikləri uğurları daha da inkişaf etdirərək onu biznes sahəsinə gətirmiş və bunun əsasında özlərinin sahibkarlıq subyektlərini formalaşdırmışdılar. Bu səbəbdəndir ki, 2008-ci ildə ABŞ-da aparılan araşdırmalara əsasən yeni yaranan orta ölçülü vençur sərmayəli müəssislər 9-10 nəfər tədqiqatçı mütəxəssisdən ibarət olmuşdur. Vençur kapitalının 60 illik fəaliyyəti dövründə ABŞ iqtisadiyyatına hazırda dünyada tanınmış şirkətləri bəxş edərək onların inkişafına təkan vermişdir. Bunların sırasından Amazon, Google, Apple, Cisco, Staples və eBay kimi nəhəng korporasiyaları göstərmək olar. Bu səbəbdən də müasir dövrdə dünyanın əksər ölkələri bu sahədə ABŞ-ın əldə etdiyi uğurları öyrənməyə çalışaraq özlərində də onun inkişafı üçün dövlət siyasətinin formalaşdırılması və vergi sisteminin qurulması istiqamətində səylərini artırmaq üçün ABŞ-la əməkdaşlıq etməyə çalışırlar.

ABŞ-da vençur kapitalı əsasən aşağıdakı sahələrin inkişafına güclü təkan vermişdir:

- İnformasiya texnologiyaları;
- Biotexnologiya;
- Tibbi ləvazimatların istehsalı;
- Şəbəkə təhlükəsizliyi;
- Elektron ticarət və sosial media;
- Ekoloji təmiz texnologiya.

Hal-hazırda Avropada vençur kapitalı əsasında yaranmış xeyli sayda şirkət fəaliyyət göstərir. Belə ki, Avropa Vençur Kapitalı Assosiasiyasının 2005-ci ilin məlumatlarına əsasən bu regiona cari il ərzində 12,5 mlrd. ABŞ dolları məbləğində vençur kapitalı cəlb edilmişdir. Rusiyada isə Vençur kapitalı əsaslı şirkətlərin formalaşdırılmasına Avropa Yenidənqurma və İnkişaf Bankının maliyyə dəstəyi ilə 1994-cü ildən başlanılmışdır. Sözügedən dövrdə Regional Vençur Fondları yaradılmışdır ki, bu da Rusiyanın 10 vilayətindən olan 10 qurumu əhatə edir. 1997-ci

İldə isə Rusiya Vençur İnvestisiyası Assosiasiyası təsis edilmişdir ki, onun da tərkibinə Rusiyada fəaliyyət göstərən 12 vençur fondu daxildir.

Vençur kapitalı üzrə inkişaf edən vençur firmalarının üstün cəhətləri:

- Şəxsi kapitalın davamlılığının artırılması;
- Başqa maliyyələşmə mənbələrinin cəlb edilməsi imkanlarına çıxana kimi firmanın ilkin formalaşması üçün lazım olan ilkin vəsaitin əldə edilməsi və gələcək inkişafı üçün əlverişli imkanın yaradılması;
- Borclar və faizlər üzrə ödəmələrin olmaması;
- Firmanın vençur sərmayəçinin malik olduğu yüksək idarəetmə bacarığından, geniş maliyyə imkanlarından və xeyli sayda olan bazar əlaqələrindən istifadə etmək imkanının olması və s.

Vençur kapitalı üzrə formalaşan vençur firmaların çatışmazlıqları:

- Layihənin (ixtiranın) icra müddətinin və özünüdoğultma vəziyyətinin tam dəqiq şəkildə təxmininin çətin olması;
- Vençur sərmayəçisi üçün zəmanətin olmaması və yüksək riskliliyin mövcudluğu;
- Vençur sərmayəçisi tərəfindən şirkət qarşısından sonda yüksək gəlirin əldə edilməsi tələbinin qoyulması;
- Vençur sərmayəçisinin şirkətin fəaliyyətinin idarə olunmasına birbaşa təsirinin sonda bütün rəhbərliyin onun əlinə keçməsinə gətirib çıxarması və s.

ABŞ və Avropada müasir vençur biznesin yaradılması və dinamik inkişafının əsas istiqamətləri aşağıdakılardır:

- Kiçik innovasiya istehsal-texnoloji kompaniyaların işləmələrinin yüksək kommersiya potensialı;
- Verilən istiqamətin inkişaf perspektivlərini qiymətləndirə bilən və kapital, onu təşkil edicilərlə əlaqələndirici ola bilən professional menecerin olması;

- İnstitusional investorlar deponə edilmiş kapitalın olması;
- Qiymətli kağızlar bazarının inkişafı;
- Vençur kapitalı şirkətlərin məhsul istehlakı bazarının yüksək həcmi və ödəmə qabiliyyəti və s.

Ümumiyyətlə vençur kapitalı təcrübəsinin Azərbaycana gətirilərək onun yerli şirkətlərdə, elm, təhsil ocaqlarında tətbiqi ölkə iqtisadiyyatının inkişafı, onun strukturunun dəyişdirilərək elmtutumlu sahələrin önə çəkilməsi, milli, regional və dünya səviyyəsində yeni şirkətlərin rəqabətqabiliyyətliliyinin artması baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Qeyd edək ki, vençur kapitalı hər şeydən əvvəl ona görə əhəmiyyətlidir ki, biz onun sayəsində Azərbaycanlı alimlər tərəfindən illərlə işlənmiş və müvafiq patent, müəlliflik hüququ alınmış elmi işlərin istehsalatda tətbiqini daha da sürətləndirə bilərik. Bununla yanaşı vençur kapitalı vasitəsilə yeni istehsal sahələrinin xüsusilə, də informasiya kommunikasiya texnologiyalarının, nanotexnologiyaların, biotexnologiyaların və digər elm sahələrinin inkişafına nail olmuş olarıq.

Bunun üçün isə sadəcə olaraq vençur kapitalı sahəsində böyük təcrübəyə və uğurlu nəticələrə malik olan dövlətlərin və onların müəssisələrinin fəaliyyəti yaxından öyrənilməli və bunun əsasında institusional islahatları nəzərdə tutan proqramlar hazırlanaraq ardıcıl şəkildə həyata keçirilməlidir. Vençur biznesinin problemlərindən söhbət açmamışdan öncə inkişaf etmiş vençur bazarlarının nailiyyətlərinin əsas başlanğıc şərtini təyin etməli və onu müasir Azərbaycan şəraitinə tətbiq etmək lazımdır.

Azərbaycanda vençur biznesinin inkişafı üçün bir sıra məsələləri həll etmək lazımdır. Kiçik firmalar böyüməlidir və aksiya buraxılışı ilə investorların gəlirini təmin etməlidir. Fond bazarı və iştirakçılar buna hazır olmalıdır. İdeyanın yaxşı satılan və gəlir gətirən məhsula çevrilməsi üçün kəsiylərburaxmaq lazımdır və s. Lakin burada da problemlər var: birinci, Azərbaycanda ödəmə qabiliyyəti olan tələbin həcmi böyük deyil, yüksək

texnoloji məhsul isə maliyyə tələb edir; ikinci, respublikada işləmələrin kommersiyalaşdırılması sistemi gecikir.

Azərbaycanda vençur biznesinin inkişafına digər amillər də təsir edir:

- Vençur kapitalının innovasiya biznesi ilə qarşılıqlı sərfəli əməkdaşlığını təmin edən infrastrukturun zəif inkişafı;
- Azərbaycanda vençur kapitalı mənbələrinin az olması;
- Riskli kapital qoyuluşunun zəifliyi və bunun üçün lazım olan bazar mexanizminin olmaması;
- Elmtutumlu layihələrin həyata keçirilməsində vençur kapitalının cəlb edilməsi üçün iqtisadi stimulun olmaması;
- Kiçik elmtutumlu biznes sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin aşağı olması;
- Vençur biznesinin zəif informasiya dəstəyi;
- İnnovasiya layihələrinin ixtisaslı menecerlərinin çatışmazlığı və s.

Buna nail olmaq üçün vençur şirkətləri vençur investisiyasının fərdi qoyuluşunu stimullaşdırmalı, iqtisadiyyatda innovasiya sahələrinin inkişaf etdirməli və beynəlxalq bazarda Azərbaycan elmtutumlu texnoloji məhsullarının hərəkətini təmin etməlidir. Vençur şirkətinin innovasiya sistemində rolu yüksək texnoloji sektorun vençur investisiyası və maliyyə dəstəkləməsinin stimullaşdırılmasıdır. Dünya iqtisadi böhranı vençur biznesinin inkişafına mənfi təsir edir. Vençur fondlarının dayanıqlı inkişafı fərdi investorların, kommersiya banklarının, sığorta şirkətlərinin, maliyyə-istehsal qruplarının vençur kapitalı bazarına keçməsinə stimula yarada bilər. Banklar layihənin hazırlanmasını, riskin bir hissəsini öz üzərinə götürə bilməsi bu sahədə biznesi inkişaf etdirə bilər. Digər tərəfdən, investisiyalaşma mühitinin yaxşılaşması üçün qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməli, əqli mülkiyyətin təhlükəsizliyi və standartlaşması prosesi təmin edilməli, müəllif hüquqları və ticarət markası qorunmalı, innovasiya sahibkarlarına bu hüquqların qorunmasında kömək siste-

mi yaradılmalıdır.

Bu gün Azərbaycanda innovasiya infrastrukturunu inkişaf etdirilməli, inkubatorların, texnoparkların açılması sürətləndirilməlidir. Azərbaycanda innovasiya aktiv müəssisələri çoxaldılmalıdır. Onlar rəqabətə davamlı kommersiyyalaşma texnologiyası sahəsində elmi-texniki potensiala malik olmaqla, vençur kapitalı üçün maraqlı obyekt ola bilərlər. Azərbaycanda texnologiyaların transferi də inkişaf etdirilməlidir. Xarici şirkətlərin Azərbaycana olan marağı buna təkan verə bilər. Respublikada «beyin axını»nın olması, kommersiyyalaşmış texnologiyalar bazarının inkişaf etməməsi, texnologiyalara tələbin zəif olması elmi-texniki potensialın azalmasına gətirir çıxarır, bu da vençur biznesin mövcudluğu şərtinə ziddir. Elmi-texniki potensialı inkişaf etdirmək, müəssisələrin innovasiya aktivliyini artırmaq üçün həvəsləndirmə tədbirləri görülməli, innovasiya aktiv şirkətlərinin stimullaşdırılması üzrə hüquqi baza təkmilləşdirilməlidir. Azərbaycanda rəqabətə davamlı texnologiyaların tətbiqi mexanizmi təkmilləşdirilməli, yerli investorlar yüksək ixtisaslı menecerlərimizin potensialından geniş istifadə etməlidirlər.

Vençur biznesinin üçüncü əsas şərtlərindən biri milli kapitaldır. Azərbaycanda müasir texnologiyalara vençur cəlb edilməsi üçün onun fəaliyyətini tənzimləyən normativ-hüquqi baza formalaşmalı, inkişaf etmiş ölkələrdə olduğu kimi, bu mexanizmlərdə dövlət dəstəklənməsi tədbirləri nəzərə alınmalıdır; Azərbaycanda qiymətli kağızlar bazarı inkişaf etdirilməlidir; vençur kapitalının çıxışının müxtəlif strategiyası proseduru işlənməlidir. Bu da vençur biznesinin səmərəliliyinin artmasına təminat yaratmış olacaqdır. Bu məqsədlə fond bazarının aktivləşməsi və bu prosesin dəstəklənməsi çox vacibdir. Bu, kapitalın yaradılmasını və texnologiyanın təkmilləşdirilməsini təmin etməklə yanaşı maliyyə riskinin səviyyəsinin azalmasına, vençur biznesinin investorlar tərəfindən cəlbediciliyinin artırılmasına, milli innovasiya sisteminin formalaşmasına imkan yaratmış olacaqdır. Vençur

biznesinin yaradılması və inkişafı qaçılmazdır. Bu mexanizmin tədqiqi Azərbaycan kapitalı və iqtisadiyyatı üçün vacibdir. Respublikada innovasiya və texnologiyaların transferi qanunlarının qəbulu, onların inkişaf proqramları və konsepsiyalarının işlənilib həyata keçirilməsi vençur biznesinin də inkişafına təminat yaratmış olacaqdır.

Mənbə. Azərbaycan Respublikası İqtisadiyyat Nazirliyi / İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutu / İnnovasiya fəaliyyəti haqqında bir sıra stimullaşdırıcı mexanizmlər

Vikipediya - açıq ensiklopediya:

[https://az.wikipedia.org/wiki/Ven%C3%A7ur\\_maliyy%C9%99l%C9%99%C5%9Fdirm%C9%99si](https://az.wikipedia.org/wiki/Ven%C3%A7ur_maliyy%C9%99l%C9%99%C5%9Fdirm%C9%99si)

## **İDEYALARIN YENİ ÜNVANI: ADA İNNOVASIYA MƏRKƏZİ**

**Rəşad Əliyev: “Məqsədimiz Azərbaycanda startap və kiçik biznesin inkişafına töhfə verməkdir”**

Dünyanın elm və tədqiqat yönümlü ideyalara və onların tətbiq sahələrinə diqqəti günü-gündən artmaqdadır. Bu mənada innovativ ekosistemlərin və yeni düşüncəli startapların yaradılması və fəaliyyətinin stimullaşdırılması hər bir uğurlu ali təhsil müəssisəsi üçün gələcəyə hesablanmış strateji hədəflərdən hesab olunur. Elə ideyaların yeni ünvanı kimi ADA Universitetində fəaliyyətə başlayan ADA İnnovasiya Mərkəzi (ADA Innovation Center) də startapçı tələbələrimizin təşəbbüslərinin dəstəklənməsinə yönəlib. “ADA Innovation Center”in koordinatoru, universitetin müəllimi Rəşad Əliyev “Azərbaycan müəllimi”nə mərkəzin fəaliyyət istiqamətləri barədə ətraflı məlumat verdi.

### **Hədəf: Tələbələri real biznes və sənaye sektoruna hazırlamaq**

İnnovasiya Mərkəzinin yaradılmasında məqsəd - tələbələrin praktiki potensialını və aktivliyini gücləndirmək, biliklərin tətbiqinə imkanların yaradılması, tələbələri real biznes və sənaye sektoruna hazırlamaq, biznesin inkişafı üçün təhsil və əlaqələrin qurulmasında yardım etməkdir. ADA İnnovasiya Mərkəzi bütün ixtisaslar üçün açıqdır. Tədris ili ərzində biznes/İT və digər praktiki bacarıqların inkişafı üçün treninqlər keçirilir. Tədris ilinin 2-ci semestrində İdeya Yarışması elan olunur və 3 qalib seçilir. Bu 3 qalib və əlavə aktiv komandalara iş yeri - ofis verilir və ADA İnnovasiya Mərkəzinin rezidenti kimi qəbul edilir. Növbəti bir il ərzində bu komandalara yardım göstərilir və real prototip səviyyəsinə çıxmaları gözlənilir.



*R.Əliyevin sözlərinə görə, yaxın gələcəkdə ADA Universiteti nəzdində İP (Əqli mülkiyyət) və İnvestisiya fəaliyyətləri üçün imkanların yaradılması gözlənilir. Təhsil ili ərzində ADA Foundation təşkilatı vasitəsilə tələbələr sponsorlarla tanış olur və ideyalarını paylaşmaq üçün imkanlar yaradılır. Tədris ili ərzində Azərbaycan və Qlobal startap ekosisteminin önəmli üzvləri ilə görüşlər təşkil olunur və tələbələrin iştirakı təmin olunur. ADA Universitetində daha çox startap və sahibkarlıq tədbirlərinin keçirilməsi üçün səylər göstərilir.*

### **Tələbələrə müxtəlif formada dəstək göstəriləcək**

R.Əliyevin sözlərinə görə, ali məktəbin rəhbərliyi innovasiya mərkəzi üçün lazımi maddi-texniki bazaya malik yer ayırıb. Hazırda mərkəzdə beş komanda işləyir, onlar üçün bütün şərait yaradılıb. Mərkəz “BBF”, “Barama”, “AppLab”, “SUP.AZ”, “Next Step” və s. mərkəzlərlə sıx əməkdaşlıq edir, çünki məhz onlar bu ekosistemin inkişafının zəruri bazasına malikdirlər və bazarın ehtiyaclarını bilirlər. Bu strukturlar innovasiya layihələrinin dəstəklənməsində əvəzolunmaz rol oynayırlar, onların hamısı zərurət olduqda Mərkəzə dəstək göstərirlər. “Məqsədimiz ali təhsil müəssisəsi olaraq Azərbaycanda startap və kiçik biznesin inkişafına töhfə verməkdir. İlkin olaraq daxili sistem qurub ADA tələbələri, gələcəkdə isə digər ali məktəblərin tələbələri üçün də xidmət göstərmək istəyirik. Tələbələrə müxtəlif formada dəstək göstəriləcək. Məsələn, biz tələbələr üçün biznes-təlim təşkil etmişik, gələcəkdə isə onlarla proqramlaşdırma dərsləri təşkil ediləcək. Innovasiya mərkəzi tələbələrin təşəbbüsü ilə yaranıb, onlar sıfırdan hazır məhsulun təqdim olunmasına qədər layihələr üzərində həvəslə işləməyə hazırdırlar. Ötən il biz mobil proqramlaşdırma üzrə xüsusi dərslər keçdik. Nəticədə semestrin sonunda 15 komanda formalaşdırdıq, onlar isə məhsulların 5 müxtəlif prototipini təqdim etdilər”, - deyərək R.Əliyev bildirdi. Mərkəzin koordinatoru hesab edir ki, bütün bunlar tələbələrə

ixtisaslaşdırılmış təlimlərin keçirilməsi və onlara maliyyə dəstəyinin göstərilməsi üçün əsas olub.

### **Startaplar üçün dəstək növləri**

ADA Universiteti tələbələrə ölkə və ölkədən kənar da keçirilən yarışmalara hazırlıqda yardım göstərir. İdeya yarışında qalib olanlar üçün 1000-2500 manat həcmində mükafat nəzərdə tutulub. Tələbələrin müxtəlif treninqlərə pulsuz və ya ucuz qatılma şansı, İnnovasiya Mərkəzində ofis şəraiti, ölkə və ölkədən kənar startap və Sahibkarlıq ekosisteminin əsas üzvlərinə birbaşa çıxış imkanları təmin olunur. Startapçılar şirkət rəhbərləri və sponsorlarla əlaqələr qurmaları üçün şəbəkə tədbirləri, media dəstəyi ilə təmin edilir. İnnovasiya Mərkəzində qeydiyyatdan keçmiş komandalara işçi qüvvə yığmaq üçün dəstək göstərilir. Bundan başqa, mərkəzdə keçirilən işin rəsmi praktika (İnternship) kimi tanınması, komandanın köməyə və ya yeni üzvlərə ehtiyacı olarsa ADA Məşğulluq Ofisinə müraciət edib elan yerləşdirə bilməsi təmin olunur. Elan əsasında komandaya qatılan tələbələr rəsmi təcrübə qazanmaq şansı qazanır, bu isə diplom almaq üçün çox vacibdir. Tələbələrin ölkə səviyyəli sərəgilərdə iştirakı və stendlərinin qurulmasına da dəstək göstərilir.

### **Seçim kriteriyaları...**

Tələbələrin İnnovasiya Mərkəzinə seçimi “İdeya yarışı” vasitəsilə aparılır və 1, 2, 3-cü yerləri tutan tələbələrə mükafatlar verilir. İdeya yarışında iştirak etməyib, lakin partnyor mərkəzlərdə yaxşı nəticə göstərmiş komandalar da mərkəzə qəbul olunur. Mərkəzə seçim kriteriyaları əsasən biznes (pul gətirmə qabiliyyəti) və innovasiya əsəsindədir. Seçim üçün müxtəlif sahələrdən (satış, marketinq, İT, Networking, dizayn və s.) münisiflər (bir nəfər akademik, bir nəfər sənaye üzrə) təyin edilir. Münisiflər heyəti komandaların çıxışları ilə tanış olub qalibləri

konfidensial səsvermə nəticəsində müəyyən edir.

*R.Əliyev qeyd edir ki, mərkəz gənclərə biznesin qurulması və ideyalarının reallaşdırılması üçün bütün zəruri dəstəyi göstərəcək. Onun sözlərinə görə, ADA Universitetinin innovasiya mərkəzinin təcrübəsindən ölkənin başqa ali məktəbləri də yararlanma biləcəklər: “Biz öz təcrübəmizi başqa ali məktəblərlə bölüşəcəyik və tələbələrə, orta məktəblərin buraxılış siniflərinin şagirdlərinə onların ideyalarının inkişafında mümkün olan bütün köməyi göstərəcəyik. Güman edirik ki, nailiyyətlərimiz təkcə bizim ali məktəbin tələbələrinə deyil, həm də ölkənin bütün gənclərinə faydalı ola bilər”.*

İnnovasiya Mərkəzinin koordinatorunun sözlərindən də bəlli olduğu kimi, innovativ yeniliklərə daha çox meyilli olan ADA Universitetində tələbələrin qlobal dövrün çağırışlarına adekvat cavab verən ideya təşəbbüslərinin dəstəklənməsi istiqamətində xeyli işlər görülüb və ilkin müsbət nəticələr də əldə olunub.

**Oruc Mustafayev**

## **AZƏRBAYCANDA SOSIAL TURİZMİN İNKİŞAFI PROBLEMLƏRİ**

Azərbaycanda sosial turizmin inkişafının əsas mərhələləri və müasir vəziyyəti nəzərdən keçirməklə, bu sahədə mövcud olan əsas problemləri aşkar etməyə, respublikada sosial turizmin inkişafının əsas yollarını və perspektivlərini əsaslandırılan bu materialda sosial turizmin təşkilati strukturunda islahatlar vasitəsilə onun dövlət tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsinə dair təkliflər təqdim edilmişdir.

Cəmiyyətin inkişafının müasir mərhələsində dünya təsərrüfat sisteminin dinamik inkişaf edən mühüm sahələrindən biri kimi turizmin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti artmaqdadır. Turizmin inkişafı həm bütövlükdə dövlət üçün, həm də onun ayrı-ayrı regionları üçün böyük əhəmiyyətə malikdir. Multiplikativ iqtisadi effektdə malik olan turizm ümumi daxili məhsulun (ÜDM) formalaşmasında böyük əhəmiyyət kəsb edir və əhalinin həyat keyfiyyətinin artırılmasına yönəlmişdir. “Azərbaycan-2020: gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyasında və respublikanın sosial-iqtisadi inkişafına dair digər proqram sənədlərində vurğulanır ki, turizm milli iqtisadiyyatın ekoloji baxımdan təhlükəsiz və iqtisadi cəhətdən əlverişli sahəsi, ölkənin innovasiyalı inkişafının mühüm tərkib hissəsidir.

Dünya ölkələrinin əksəriyyətində iqtisadiyyatın ən böyük, yüksək gəlirli və ən dinamik sahələrindən biri olan turizm milli mədəniyyətin stimullaşdırılmasında mühüm rol oynayır, ölkəsi vətəndaşlarının rifahının yüksəldilməsinə imkan yaradır, turizm bazarının müxtəlif segmentləri üçün resurslar ayrılmasını bu hədəfə tabe edir. Dünya üzrə investisiyaların təxminən 7%-i, hər 16-cı iş yeri, dünya üzrə istehlak xərclərinin 11%-i, bütün vergi daxilolmalarının 5%-i turizm sferasının payına düşür.

Bu statistik məlumatlar dünyada turizm sənayesinin fəaliyyəti

yətinin birbaşa iqtisadi səmərəsini xarakterizə edir. İnkişaf etmiş turizm sənayesi ölkəyə valyuta axınının, həmçinin vergilər şəklində gəlirlərin artımına imkan yaradır.

Eyni zamanda, turizmin istənilən növündə kommersiya başlanğıcı ilə yanaşı, bu məsələnin sosial tərəfini də vurğulamaq lazımdır: burada əsas obyekt insan və onun istirahətə, gücünü və sağlamlığını qoruyub saxlamağa və bərpa etməyə ehtiyaclarının təmin olunmasıdır.

Turizmin ayrıca bir növü olan sosial turizm özünəməxsus səciyyəvi xüsusiyyətlərə malikdir.

Sosial turizmin əsas xüsusiyyəti – aztəminatlı insanların yaşını, onların səhhətini və sosial vəziyyətini nəzərə alaraq bu insanlara qayğı göstərilməsidir. Bu, insanların heysiyyətinə toxunmadan onların turizmdən bəhrələnmələri üçün effektiv imkanların yaradılması olaraq, cəmiyyətin öz vətəndaşları qarşısında vəzifəsinin real təcəssümüdür.

Sosial turizm sferası məktəbli və tələbə gənclərdən başlamış, pensiyaçılara və əlillərə qədər vətəndaşların ən müxtəlif kateqoriyalarını əhatə edir. Aztəminatlı vətəndaşlar turizmin iştirakçılarının xüsusi qrupunu təşkil edirlər.

Sosial turizmin maliyyələşdirilmə mənbələri sosial ehtiyaclar üçün dövlət və bələdiyyə büdcələrinin, o cümlədən sosial sığorta, sosial təminat və tibbi sığorta fondlarının vəsaitlərindən, həmçinin bankların turizm üçün yığım xarakterli əmanətlərindən, korporativ, dövlət və qarışıq xeyriyyə fondlarının vəsaitlərindən formalaşır.

Sosial turizmin fərdi yanaşma əsasında həyata keçirilə bilməsinə baxmayaraq, bu sahədə kollektiv və mütəşəkkil formalar üstünlük təşkil edir.

Turizm məhsullarının konkret istehlakçısı səviyyəsində sosial turizm – istirahət evlərinə və sanatoriyalarına pulsuz və güzəştli qiymətlərlə putyovkalar, xüsusi nəqliyyat tarifləri, vergi və gömrük güzəştləri formasında ifadə olunur.

1990-cı ildə Manilada keçirilmiş Turizm üzrə Ümumdünya Konfransının Bəyannaməsində təsbit olunmuş müddəalara əsasən, “Sosial turizm – elə bir hədəfdir ki, cəmiyyət özünün aztəminatlı vətəndaşları istirahət hüququndan istifadə edərkən onların xeyrinə bu hədəfə nail olmağa cəhd etməlidir”.

Müasir mərhələdə əksər ölkələrdə turizm yalnız elita üçün əlyətərli olan cah-calaldan insanların zəruri sosial tələbatına, onların həyat tərzinin tərkib hissəsinə çevrilmişdir.

Sovet dövründə sovet milli turizminin demək olar ki, 80%-i və beynəlxalq turist mübadiləsinin 50%-i sosial turizmin payına düşürdü. Həmin dövrdə sosial turizmin əsas xarakteristikası ondan ibarət idi ki, 80-ci illərin axırlarında SSRİ-də yaranmış turist xidmətinin təşəkkül tapmış strukturu sanatoriya-kurort müalicəsi və sağlamlaşdırma xarakterli istirahəti nəzərdə tuturdu. Burada xidmətlərin təqdim edilməsində standartlaşdırma, eyni zamanda tibbi xidmətin yüksək səviyyəsi təmin olunurdu.

SSRİ-də sosial turizmin daha bir səciyyəvi xüsusiyyəti ondan ibarət idi ki, o, kütləvi istehlakçı üçün nəzərdə tutulurdu. Kütləvilik dotasiyaların sayəsində təmin olunurdu – bu, SSRİ-də sosial turizm kompleksinin əsas fərqləndirici xüsusiyyəti idi.

Kapital qoyuluşlarının maliyyələşdirilməsi üçün həmkarlar ittifaqının büdcə vəsaitlərindən, ictimai istehlak fondlarından istifadə olunur, dövlət sosial sığorta fondlarının, həmçinin müəssisələrin vəsaitləri cəlb edilirdi.

Eyni zamanda etiraf etmək lazımdır ki, sovet dövründə bu sahədə müsbət məqamlarla yanaşı, çatışmazlıqlar da vardı. Turizm sahəsinin inkişafı üçün əhalinin şəxsi vəsaitləri zəif cəlb edilirdi. İstirahətin məzmun tərəfinin təkmilləşdirilməsinin ziyanına olaraq, yerləşdirilmə, ictimai işə, nəqliyyat və sair xidmətlərin hesabına plan göstəricilərini yerinə yetirmək cəhdlərinə üstünlük verilirdi. Bundan başqa, vəsaitlərin çoxsaylı müxtəlif idarələr üzrə pərakəndə halda paylanması məhsuldar qüvvələrin səmərəsiz istifadəsinə, resursların itkisinə gətirib çıxarırdı.

Obyektiv təhlil belə nəticə çıxarmağa əsas verir ki, bir neçə keçid ili ərzində Azərbaycanda turizmin kortəbii inkişafı sahibkarlardan başqa heç kəsə xeyir gətirməmiş, üstəlik, cəmiyyətə ziyan vurmuşdur, çünki valyuta xaricə gedirdi, yerli turizm məhsulları formalaşmamışdı. Turizm xidmətlərinin əhalinin çox hissəsi üçün əlyətərlilik dərəcəsinin azalması ilə əlaqədar, nəinki turizmin hədəf funksiyası – insanın biososial potensialının təkrar istehsalı, həm də milli və regional miqyaslarda turizmin iqtisadi funksiyaları yerinə yetirilmirdi. Bunun nəticəsində özəlləşdirmə prosesində turizm müəssisələrinin əksəriyyəti sırf kommersiya müəssisələrinə çevrildi, indi onların fəaliyyətinin əsas oriyentiri – mənfəət əldə etməkdir.

Turizmə dövlət dəstəyinin olmadığı şəraitdə, turizmin yalnız kommersiya formaları və növləri özünü yaşada bilmişdir. Bu şəraitdə sovet dövrünə xas olan bir hadisə kimi sosial turizmin xüsusi çəkisi əhəmiyyətli dərəcədə azalmışdır.

Cəmiyyətin inkişafının mühüm amili olan sosial turizmə lazımınca diqqət yetirilməməsi bir çox neqativ sosial məqamlarla müşayiət olunur.

Hazırda turizm xidmətlərinin ümumi strukturunda daxili turizmin rekreasiya xidmətlərinin xüsusi çəkisi cüzi olub, təxminən 5% təşkil edir.

Nəqliyyat, qida məhsulları, müxtəlif xidmətlər üçün tariflərin daim artması, həmçinin turizm müəssisələrinə dotasiyaların dayandırılması, onların müxtəlif idarələr və fondlar tərəfindən kifayət qədər maliyyələşdirilməməsi nəticəsində potensial turistlərin sayı azalır. Respublika əhalisinin müəyyən hissəsinin gəlirlərinin artması turizm sahəsində xidmətlərin dəyərinin artması ilə ayaqlaşmır. Nəticədə respublika əhalisinin əsas sosial ehtiyacları sırasında istirahətə ehtiyac təmin olunmamış qalır.

Əhalinin təxminən 80%-i turizmin sosial formalarının potensial müştəriləridir, təcrübədə isə bu insanlar turist firmalarının xidmətləri haqqında ümumiyyətlə fikirləşmədən, öz istirahətlə-

rini yalnız müəyyən “özfəaliyyət üsulu” ilə reallaşdırırlar [15].

Etiraf olunmalıdır ki, bu günədək Azərbaycanda, nə strateji xarakterli sənəd şəklində, nə də ki, pensiyaçılara, əlillərə və uşaqlara güzəştli turizm xidmətləri göstərən işlək mexanizm şəklində, sosial turizmin inkişafına dair yetkin bir proqram mövcud deyil. Qeyd edək ki, əhalinin bu qrupları üçün, tam yaxud qismən büdcədən maliyyələşdirilməklə, turizm marşrutlarının təşkilinə cəhdlər edilir, lakin, bu tədbirlər, bir qayda olaraq, bərdəfəlik xarakter daşıyır, ya da ki, bu və ya digər əlamətdar hadisə və ya bayram münasibəti ilə keçirilir.

İstirahətə olan ümumi tələbatın natamam ödənilməsi başqa problemlər yaradır. Əhalinin sağlamlığının profilaktikası, asudə vaxtın səmərəli istifadəsi, maariflənmə və mədəni ehtiyacların təmin olunması, fəal həyat tərzi keçirmək, şəxslərarası əlaqə imkanlarının azalması kimi ümumi problemlər və bir sıra başqa məsələlər bu qəbildəndir. Belə vəziyyətdə dövlət mühüm tənzimləyici və nəzarətçi rolu oynamalıdır.

Respublikada genişmiqyaslı iqtisadi islahatlarla eyni vaxtda Azərbaycanda sosial turizmin yeni inkişaf mərhələsi başlanmışdır. Sosial turizmin bərpa edilməsi və yaradılması obyektiv olaraq, onun dövlət tənzimləməsinin təşkilində yeni yanaşmalar axtarışını şərtləndirir.

Azərbaycan Respublikasında sosial turizmə böyük ehtiyac olmasına və onun inkişafının prioritetliyinə baxmayaraq, bu sahənin inkişafı üçün hələ təşkilati ilkin şərtlər yaradılmamışdır.

Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən respublikada turizmin inkişafı sahəsində çox böyük iş aparılmasına baxmayaraq iqtisadiyyatın bu sahəsinə idarəetmə mexanizmlərinin təsirliliyin artmasına ehtiyac duyulur.

Bizim fikrimizcə, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi yanında sosial turizm üzrə xüsusi bölmə yaradılması sosial turizmin dövlət tənzimləməsinin yaxşılaşmasına xidmət edə bilər.

Sosial turizm bölməsinin yaradılması daha məqsədyönlü və



yaxşı əlaqələndirilmiş dövlət tənzimləmə sisteminə keçməyə, bu da öz növbəsində, respublika əhalisinin xeyli hissəsinin kütləvi istirahətini layiqincə təşkil etməyə imkan verəcək. Bu bölmənin fəaliyyəti daxili turizmin, vətəndaşların sosial baxımdan müdafiə olunmamış kateqoriyaları, ailələr, uşaqlar və gənclər arasında turizmin və turizm infrastrukturunun inkişafına, milli turizm müəssisələrinin maddi-texniki bazasının yenilənməsinə imkan yaradacaq.

Turizmin inkişafı üzrə dünyada aparıcı mövqelər tutan ölkələrdə sosial turizm sahəsində elmi araşdırmalar aparılmasına, o cümlədən marketing, proqnozlaşdırma, inkişafın iqtisadi amillərinin öyrənilməsi, turizmin bu növünün gələcək inkişafı məsələlərinin müzakirəsinə böyük diqqət yetirilir. Bu əsasda sosial turizmin inkişafı konsepsiyaları, müvafiq proqramlar və layihələr işlənib hazırlanır.

Xarici təcrübəyə əsaslanaraq, dövlət proqramları çərçivəsində regionlarda sosial turizm sahəsində dövlət siyasətinin prioritetli istiqamətlərinin müəyyən edilməsi məqsədilə dövlətlə regionlar arasında müqavilələr tətbiq edilməsi məqsədəuyğundur. Belə müqavilələr dövlətin regionlarda sosial turizmin inkişafının prioritetli istiqamətlərini reallaşdırmasına, həmçinin sosial turizm infrastrukturunun inkişafı məqsədilə dövlət subsidiyalarının alınması üçün regional müsabiqələr keçirilməsini stimullaşdırmağa imkan verəcək.

Əvvəllər Azərbaycanda əhalinin geniş təbəqələri üçün xidmətləri təmin edən sosial turizm obyektlərinin əksəriyyəti hazırda faktiki olaraq öz fəaliyyətini dayandırmışdır. Turistlərin hərəkət məkanının daralması nəticəsində turizmin maddi bazası zəifləmiş, respublika əhalisinin sosial cəhətdən zəif təbəqələrinin muzeylərə, sərgi zallarına, teatrlara getmək, ölkənin mədəni-tarixi irsi ilə tanış olmaq imkanı azalmışdır.

Bu maddi bazanı daha əvvəl yükləmiş turizm operatorları vətəndaşları xaricə göndərməyə başlamışlar. İndi Azərbaycan-

dan xaricə gedən turistlərin sayı daxili turistlərin sayından 10 dəfə çoxdur. Vergi xidmətinin məlumatına görə, hər il ölkədən turizm yolu ilə milyonlarla dollar aparılır və xaricdə yeni iş yerləri yaradılır.

Dünya Turizm Təşkilatının məlumatına görə, ölkələr üçün daxili və xarici turizmin rəasional nisbəti 4:1 kimi olmalıdır, yəni istirahət üçün ölkə daxilində turist səfərlərinə çıxanların sayı eyni məqsədlə xaricə gedənlərin sayından 4 dəfə çox olmalıdır.

Eyni zamanda, ölkədə turizm sahəsinin iqtisadiyyatında real vəziyyət az öyrənilmişdir. Dövlətin, turizm xidmətlərinin istehsalçıların və istehlakçıların iqtisadi maraqlarında istehsalçıların xeyrinə disbalans mövcuddur. Bu halda dövlətin iqtisadi maraqları həm turizm xidmətlərinin istehlakçıların, həm də bu xidmətlərin istehsalçıların iqtisadi maraqlarından geri qalır, istehsalçıların maraqları isə istehlakçıların maraqlarından üstün olur.

2013-cü ildə Azərbaycanda daxili turist səfərlərində iştirak edənlərin sayı ölkə əhalisinin 10%-dən az olmuşdur, halbuki, hələ 2000-ci illərin ortalarında Fransada müvafiq göstərici 54%, Hollandiyada – 65%, İsveçdə – 75% olmuşdur. Daxili turizmin kəskin azalmasının səbəblərindən biri sosial turizmin zəif inkişaf etməsidir.

Azərbaycan Respublikasında sosial turizmin dirçəlişi və inkişafı – əhalinin əksər kateqoriyalarının həyat səviyyəsinin artımının əhəmiyyətli ilkin şərtidir. Təkcə varlı vətəndaşlar deyil, həm də bütün vətəndaşlar fəal və tamdəyərli istirahət etmək, milli və dünya miqyaslı mədəni dəyərlərdən bəhrələnmək imkanına malik olmalıdırlar. Amma bunun üçün turizm xidmətləri bazarına sosial istiqamət verilməlidir.

Uşaqların, gənclərin, məktəbli və tələbələrin istirahətinin təşkili xüsusi diqqət tələb edir. Əhalinin bu qrupu potensial turistlərin ən kütləvi və ən aktiv kontingentini təşkil edir. Amma həmin kontingentin maddi təminatının aşağı səviyyədə olması

və dövlət dəstəyinin olmaması ilə əlaqədar, hazırda bu potensial faktiki olaraq reallaşmır. Eyni zamanda turizmə aid təkliflərin müxtəlif formalarına kifayət qədər həssas olan bu qrup əksər hallarda inkişaf etmiş turizm infrastrukturunu olmasını və standart turizm xidmətləri göstərilməsini tələb etmir.

Uşağın öz Vətəni və bütün dünya haqqında fəal biliklərinin formalaşması üçün uşaq turizminin prioritetliyi, səyahətlərin əhəmiyyəti dünyada çoxdan etiraf edilmişdir.

Əlillərin istirahəti müasir tələblər nəzərə alınmaqla təşkil olunmalıdır. Əslində, hətta sovet dövründə, sosial turizmin mövcud olduğu illərdə də əlillərə xidməti sistemi təşkil edilməmişdi.

Azərbaycanın muzeylərində, mehmanxanalarında, iaşə müəssisələrində və başqa sosial xidmət müəssisələrində əlillər üçün rahatlıq yaradan xüsusi vasitələrdən (nəqliyyat vasitələrindən) və müvafiq qurğulardan istifadə edilməsi yalnız indi başlayır. Bu məsələyə dair xüsusi qanunvericilik aktlarının çatışmazlığı (xüsusilə regionlarda) aşkar hiss olunur. Əlil turist qrupları hətta indi də istisna hadisədir.

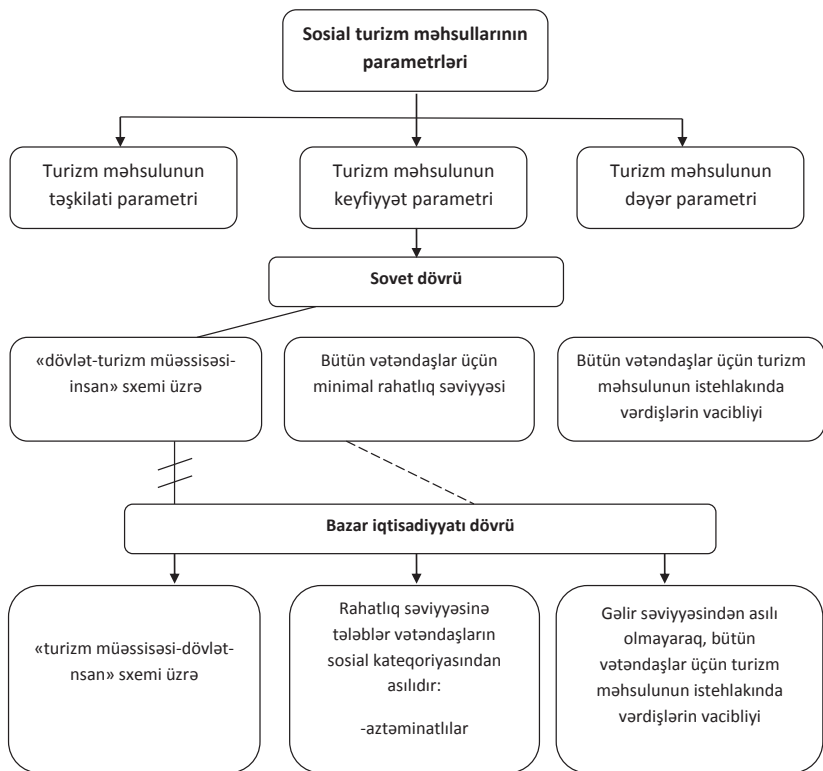
Yaşlı şəxslər üçün turizmin təşkili xüsusi diqqətə layiqdir. Hazırda Azərbaycanda maddi təminatı qənaətbəxş olan pensiyaçılar respublikanın pensiyaçıları arasında yalnız kiçik bir təbəqə təşkil edirlər. Eyni zamanda, inkişaf etmiş ölkələrdə vətəndaşların bu kateqoriyası turizmin müştəriləri arasında olduqca gözəçarpan bir segment təşkil edir. Bununla birlikdə, həmin insanlar həm əmək fəaliyyəti ilə məşğul olduqları illərə görə kompensasiya kimi istirahətə, həm də müalicə və profilaktika, qohumlar və tanışlarla ünsiyyət məqsədilə turizm səfərlərinə ehtiyac duyurlar.

Əhalinin aztəminatlı və sosial cəhətdən müdafiə olunmamış qruplarının istirahətə ehtiyacını təmin etmək üçün sosial turizmin xüsusi formaları tələb olunur. Müvafiq surətdə, turizm sferasına aid xidmətlər göstərilməsinin müxtəlif formaları və metodları olmalıdır. Bu problemin yuxarıda qeyd edilənlərdən heç də az əhəmiyyətli olmayan başqa bir tərəfi də var. Sosial turizmin dir-

çəlişi və inkişafı – yeni sərhədlərə bazar iqtisadiyyatının sahələri kimi daxili turizmin çıxışının vacib şərtidir. Turizm xidmətlərinə tələbatı artırmaq üçün, turizmin yenidən kütləvi hal almasını və əhalinin aztəminatlı təbəqələri üçün əlyətərli olmasını təmin etmək lazımdır.

Sovet turizminin inkişafı təcrübəsindən və dünyanın inkişaf etmiş ölkələrində turizmin təşkili təcrübəsindən istifadə edərək, biz Azərbaycan Respublikasında sosial turizmin inkişafı modelinin təkmilləşdirilməsinə dair təklifləri aşağıdakı kimi ifadə edə bilərik (bax şəkil 1).

Sosial turizm məhsullarını üç əsas parametr üzrə xarakterizə etmək olar: bu məhsulların təşkili, keyfiyyəti və dəyəri. Sxemdə sosial turizmin inkişafının iki dövründə: sovet dövründə və bazar iqtisadiyyatı dövründə bu üç parametrin keçdiyi mərhələlər təsvir edilir. Sxemdən görüldüyü kimi, sovet dövründə turizm məhsullarının təşkilini izləyərək bu nəticəyə gəlmək olar ki, turizm məhsulları aşağıdakı sxem üzrə hərəkət edirdi: “dövlət – turizm müəssisəsi (idarəsi) – insan”. Dövlət əhalinin istirahəti ilə bağlı xərclərin əsas tədiyəçisi rolunu yerinə yetirir və hər bir konkret müəssisənin işçilərinə müəyyən turizm mərkəzlərinə putyovkalar (yollayışlar) təklif edirdi. Qarşılıqlı fəaliyyət şaquli sxem üzrə təşkil edilmişdi. Müasir dövrdə dövlət bu sferada aparıcı rolunu dayandırdığına görə həmin sistem və müvafiq sxem işləmir.



*Şəkil 1. Azərbaycanada sosial turizmin inkişafı modeli*

Bizim fikrimizcə, sosial turizmin müvəffəqiyyətli fəaliyyəti üçün bu sxemi aşağıdakı sxemlə əvəz etmək məqsədəuyğundur: “turizm təklifi – dövlət – insan”. Bu halda dövlət sosial turizm sahəsində tələb və təklif arasında, yəni turizm üzrə idarə və təşkilatlar arasında münasibətlərin əsas tənzimləyicisi və nəzarətçi rolunu yerinə yetirir.

İkinci parametr – keyfiyyət parametri aşağıdakı suallara cavab verməlidir: insan harada və necə dincəlmək istəyir? insan səfərdən, istirahətdən nə gözləyir? o, turizm məhsulları istehla-

kına hansı xarakteristikalar təqdim edir? Sovet dövründə vətəndaşların gəlirləri bütövlükdə bir-birinə yaxın səviyyədə idi və turizm məhsullarının keyfiyyət parametri praktik olaraq hamı üçün eyni məna daşıyırdı, çünki turist səfərlərinin çoxu dövlət dotasiyaları hesabına təşkil olunur, turistlər üçün rahatlıqlar minimal səviyyədə təmin edilirdi. İnsanlar üçün rahatlığın səviyyəsindən daha çox, istirahət özü, şəraitin dəyişməsi əhəmiyyətli idi. Hətta minimum əmək haqqı alan işçi kurorta gedə, həvəskar turizmlə məşğul ola bilirdi.

Azərbaycan cəmiyyətində baş vermiş təbəqələşmə nəticəsində indi turizm məhsullarının keyfiyyət parametrinə təqdim edilən tələblər dəyişmişdir.

Sxemdə vətəndaşların gəlirlərinin səviyyəsinə görə cəmiyyətin üç seqment şəklində təbəqələşməsi göstərilmişdir – aşağı təbəqə, orta təbəqə və yüksək təbəqə. Rahatlıq səviyyəsi böyük rol oynamağa başlamışdır: gəlir nə qədər yuxarıdırsa, bu tələblər də bir o qədər yüksəkdir. Beləliklə, bu sahədə keyfiyyət parametri yox olmur, amma onun modifikasiyası müşahidə olunur.

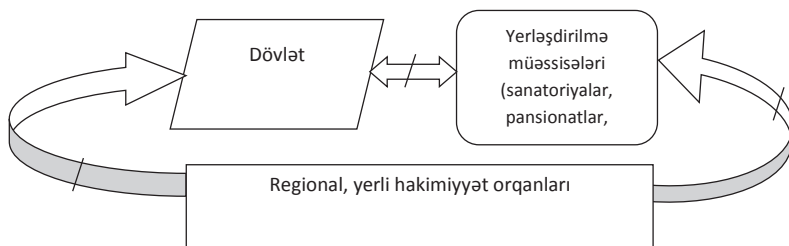
Turizm məhsullarının qiymət parametri də insanın fəaliyyətində turizmin rolunu müəyyən edən mühüm xarakteristikadır. Hazırda Azərbaycanın əhalisi müxtəlif tərkiblidir, lakin gəlirləri müxtəlif səviyyədə olan insanlar turizm məhsulları istehlakını davam edirlər. Əgər insan kurortda dincəlməyə öyrəşibsə, o, hər il kurorta gedir. Amma hansı ölkədə dincəlmək, yerləşmə vasitələrinin kateqoriyalarının seçimi və başqa məsələlərin həllində həmin insanın gəlirləri mühüm rol oynayır. Ancaq turizm firmalarının, mehmanxanaların, sanatoriya-kurort kompleksinə daxil olan müəssisələrin xidmətlərinə müraciət edənlər azdır, insanların çoxu özəl sektordan geniş istifadə edərək öz istirahətlərini “həvəskar üsulu” ilə reallaşdırmağa üstünlük verir.

Beləliklə, səfər və istirahətlə bağlı bütün bu kateqoriyaların tərkib hissəsi olan qiymət parametri dəyişməz qalır və burada biz sovet dövrünə xas olan əlaqələrin davamını müşahidə edirik.

Hazırda turizm sektorunda kommersiyalaşma prosesi müşahidə olunur və çox şey gəlirlərin səviyyəsindən asılıdır. Amma, bizim fikrimizcə, gəlirlərin səviyyəsindən asılı olmayaraq, hər bir insanın layiqli şəraitdə istirahət etmək hüququ olmalıdır. Sosial turistə təqdim edilən rahatlıqlar, yalnız onun tədiyə qabiliyyətli olmaması səbəbindən yolverilməz səviyyədə olmamalıdır.

Sxemdən görüldüyü kimi, 3 parametrdən yalnız birincisi – təşkilati parametr tamamilə dağıdılmış, ikinci parametr – şəklini dəyişmiş, üçüncü – qiymət parametri isə dəyişməz qalmışdır.

Bununla əlaqədar, birinci parametri daha ətraflı nəzərdən keçirək. Turistlərin yerləşdirilməsi ilə bağlı xidmətlər bazarında sosial turizm subyektlərinin təşkilati əlaqələrinin strukturunu nəzərdən keçirək (bax şəkil 2).



*Şəkil 2. Azərbaycan Respublikasında turistlərin yerləşdirilməsi ilə bağlı xidmətlər bazarında sosial turizmin təşkilati əlaqələrinin strukturu*

Şəkildən görüldüyü kimi, Azərbaycan Respublikasında turistlərin yerləşdirilməsi ilə bağlı xidmətlər bazarında sosial turizm subyektləri arasında əlaqələr qırılmışdır. Dövlət tədiyəçi rolunu ümumiyyətlə yerinə yetirmir, sosial turizm sahəsində əlaqələrin tənzimləyicisi rolunu isə lazımınca səmərəli şəkildə yerinə yetirmir. Köhnə maliyyələşdirmə və tənzimləmə sistemi dağılıb, yenisi isə hələlik yaranmayıb.

Sosial turizmin dövlət tənzimləmə mexanizmləri təkmilləşdirilməlidir: sosial turizmin inkişafına dair dövlət siyasətinin əsas prioritetlərini müəyyən edən ayrıca Dövlət Proqramı hazırlamaq, normativ-hüquqi bazanı sosial turizmi nizamlayan sənədlər hesabına genişləndirmək lazımdır.

Respublika əhalisinin sosial cəhətdən zəif təbəqələrinə göstərilən sosial xidmətlərin ümumi həcmində ənənəvi olaraq əhəmiyyətli seqment təşkil edən qeyri-kommersiya sektorunu sosial turizmin inkişafında iştiraka cəlb etmək lazımdır.

Məsələn, Fransada turizm xidmətləri təklifi kommersiya sektoru ilə assosiativ sektor arasında bölünür. Assosiativ sektor sosial turizm təkliflərini təmsil edir. Assosiasiyaya mənsub olan turizm müəssisələri qeyri-kommersiya və sosial “fəlsəfə” xarakteri daşıyırlar. Onlar hər ay Milli Turizm Assosiasiyaları İttifaqına maliyyə vəsaitləri köçürürlər. Bu orqan dövlətə tabe olmur, dövlət hakimiyyəti orqanlarında xırda turist assosiasiyalarının maraqlarını təmsil edir, turizm mərkəzlərinin konkret layihələrinin maliyyələşdirməsinə nail olaraq, onların reallaşdırılmasına və irəliləyişinə dövlət səviyyəsində təsir edir, sərgilərdə milli turizm məhsullarını təqdim edir, birgə reklam kampaniyasını reallaşdırır. Sosial turizm sahəsində fəaliyyət göstərən turizm müəssisələrinin bu könüllü qeyri-kommersiya birləşməsi bu sferada əhəmiyyətli çəkiyə malikdir, çünki o, sosial turizmlə bağlı bütün təklifləri birləşdirir.

Müasir mərhələdə Azərbaycanda müəssisələr bütövlükdə kommersiya əsasında işləyirlər. Respublikada fəaliyyətə başlayan bütün turizm mərkəzlərinin əsas məqsədi maksimal gəlir əldə etməkdən ibarətdir. Ona görə bu vəziyyətdə peşə birliklərinin yaradılması məqsədəuyğundur. Bu birliklər turizm müəssisələrinin mənafeələrini dövlət orqanlarında təmsil etməyə; sinergetik effektdən (reklamda, sərgilərdə və s.) istifadə etməyə; çətinliklərə qarşı birgə mübarizə aparmağa, birgə inkişaf layihələrini irəli çəkməyə, turist mərkəzlərinin rahatlıq səviyyə-



sinə görə onların vahid təsnifatına imkan verəcəklər.

Aşkardır ki, dövlətin sosial siyasəti vətəndaşların sosial baxımdan müdafiə olunmamış kateqoriyalarının və vətəndaşların hər kateqoriyasına münasibətdə diferensiasiya edilmiş qiymət siyasəti yürüdən turizm müəssisələrinin dəstəklənməsinə yönəldilməlidir, Bizim fikrimizcə, belə siyasət aşağıdakı məqamlarla ifadə olunmalıdır:

- sosial turistlər üçün ayrılan putyovkaların dəyərinin ümumi məbləğinə vergi yükünün azaldılması;
- maddi-texniki bazanın yenilənməsinə kömək;
- turizm mərkəzlərinin əlil arabalarında hərəkət edən əlillərin qəbulu üçün yenidən qurulmasına kömək.

Lakin, ekspertlərin fikrincə, sosial turistləri qəbul edən turizm müəssisələrinin hər birində sosial turistlərin sayı 10-20%-dən çox olmamalıdır [18]. Bu göstərici aztəminatlı şəxslərin turizm müəssisələrində dincələnlərin ümumi sayına inteqrasiyası üçün ən əlverişli göstərici olub, onların başqa sosial təbəqələrə məxsus insanlar arasında özlərini psixoloji cəhətdən rahat hiss etmələrinə imkan verəcək. Məxsusi olaraq əhalinin aztəminatlı kateqoriyaları üçün turizm mərkəzlərinin yaradılması isə cəmiyyətin tam qütbləşməsinə gətirib çıxarar və belə insanların istirahətini sosial cəhətdən gərginləşdirərdi.

Azərbaycanda sosial turizm tarixən sanatoriya-kurort kompleksi vasitəsilə həyata keçirilirdi, sosial turizmin ən geniş yayılmış növü isə rekreasion turizmdir. Bununla birlikdə, müasir şəraitdə sanatoriya-kurort müəssisələri kommersiya əsasında işləməyə məcburdurlar, bu isə sosial turizmin payının azalmasına gətirib çıxarır. Sanatoriya-kurort müalicəsi üçün dotasiya verən müəssisələrin bu imkanının kəskin azalması nəticəsində əhaliyə güzəştli putyovkalar verilməsinin kəskin ixtisarı fonunda rekreasiya xidmətlərinin verilməsinin həcmi bir neçə dəfə azalmışdır.

Rekreasiya xidmətləri bazarının ixtisarı, mərkəzləşdirilmiş maliyyələşdirmənin pisləşməsi istehlakçıların strukturunun də-

yişməsinə, bu xidmətləri, tam dəyərinə alan şəxslərin nisbi payının artmasına gətirib çıxarmışdır. Düzdür, indi sanatoriya-kurort kompleksinin müəssisələrinə sosial putyovkaların müəyyən hissəsi dövlət strukturları vasitəsilə satılır, amma onların nisbi payı hələ də kiçikdir.

Yuxarıda qeyd olunana əsaslanaraq, iddia etmək olar ki, Azərbaycanda sosial turizmin inkişafı çox cəhətdən, sanatoriya-kurort xidmətləri sisteminin səmərəli fəaliyyətindən asılıdır. Yeni şəraitdə dövlət rekreasiya müəssisələrinə təsir göstərmək, ən azı, respublikada kurort müalicəsinə ehtiyac duyan bütün vətəndaşlar üçün onun heç olmasa müəyyən dərəcədə əlyətərliyinə zəmanət vermək imkanına malik olmalıdır. Həmkarlar ittifaqlarında və müxtəlif ictimai təşkilatlarda kurort təsərrüfatının müəyyən hissəsinin saxlanması da qanunidir, çünki sırf bazar münasibətləri səhhətini yaxşılaşdırmağa daha çox ehtiyac duyan, amma bunun üçün zəruri vəsaitləri olmayan şəxslərin yox, tədiyə qabiliyyəti daha yüksək olan istehlakçıların üstün tutduğu dəyərlərə yönəldilmişdir.

**F.Rəhmanov**

## MƏDƏNİ TURİZM: İLİN BÜTÜN MÖVSÜMLƏRİNDƏ

Tarixi mədəniyyət abidələri turizmin inkişafına təsir göstərən, ölkənin turistlər üçün cəlbedici olmasını şərtləndirən mühüm faktorlardandır. Çünki istənilən ölkəyə səyahət edən turist həmin ölkənin tarixinə, yaşayış tərzini əks etdirən maddi-mədəniyyət nümunələrinə maraq göstərir. Öz növbəsində hər bir ölkə də qədimliyini, bəşər sivilizasiyasının formalaşmasındakı rolunu sübuta yetirmək, onu dünyaya təqdim etmək üçün mədəni irs nümunələrindən faydalanmış olur. Deməli, turizm də öz növbəsində ölkənin mədəni irsinin dünyaya tanıtılmasında vasitə rolu oynayır.

Ərazisində qədim yaşayış məskənlərinin, abidələrin olduğu Azərbaycanda son dövrlər turizmin digər növləri ilə yanaşı, mədəni turizmin inkişafına xüsusi önəm verilir. 2008-ci ildə Heydər Əliyev Fondu tərəfindən bərpa edilərək istifadəyə verilən Qala Arxeoloji Etnoqrafik Muzey Kompleksi hazırda minlərlə yerli və xarici turistlərin axışdığı məkanlardandır. Ötən il “Atəşgah məbədi” Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğunun cəlbedici turizm obyektinə çevrilməsi məqsədilə ölkə rəhbərliyi tərəfindən bir milyon manat vəsait ayrıldı. Bundan əlavə, təbiətin başqa bir möcüzəsi olan Yanar dağda təbiət və dövlət qoruğunun yaradılması ilə əlaqədar iki il öncə sərəncam imzalanıb.

Bu ilin aprelində ölkə başçısı tərəfindən təsdiq edilən 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramında da tarixi-memarlıq və mədəniyyət qoruqlarının ərazilərində müasir turizm infrastrukturunun yaradılmasına xüsusi yer ayrılıb.

### **Turizmin inkişafında mədəni turizmin rolu böyükdür**

Turizm üzrə mütəxəssis, «Sevgün Travel» şirkətinin rəhbəri

Bahadır Bilalovun sözlərinə görə, ilin bütün fəsilərində turistləri cəlb etmək istəyən ölkələrdə mədəni turizmin inkişafına xüsusi önəm verirlər: «Çünki mədəni turizm mövsümlə əlaqəli deyil. Ölkəmizdə də turizmin bu növünün inkişaf etdirilməsi üçün böyük işlər görülür. Hazırda statistikaya əsasən, respublikamızın ərazisində 6500-dən çox tarixi abidə var. Təəssüflər olsun ki, bəzi abidələrimiz haqqında nəinki xaricilər, hətta yerli mütəxəssislər də az məlumata malikdir. Bu abidələrin pasportlaşdırılması, yerləşdikləri ərazilərə turizm marşrutunun müəyyən edilməsi mühüm önəm kəsb edir. Əgər biz ölkəmizdəki abidələrdən turizm məqsədi üçün lazımı səviyyədə istifadə etsək, xeyli sayda turist cəlbinə nail ola bilərik».

Mütəxəssis deyir ki, mədəni turizmin də müxtəlif istiqamətləri var: «Turistlərin bir qismi teatrı, bəziləri tarixi-memarlıq abidələri ilə maraqlanırlar. Ölkəmizə gələn turistlərin əksər hissəsini daha çox tarixi mədəniyyət nümunələrimiz maraqlandırır. Azərbaycanın ən böyük mədəni turizm marşrutlarından biri «İpək yolu» marşrutudur. Ölkəmizə gələn mədəni turizm həvəskarlarını Qobustan qayaüstü rəsmləri, İçərişəhər, Şirvanşahlar sarayı, Qız qalası da çox maraqlandırır. Maraqlıdır ki, biz Qız qalasını turistlərə müdafiə istehkamı kimi təbliğ ediriksə, yaponlar onu bir astrofizik obyekt kimi dəyərləndirirlər. Bundan başqa, biz mədəni turizm həvəskarlarına Atəşgahı, Yanardağı, Ramana və Mərdəkan qalalarını, yeni yaradılmış Qala Arxeoloji Etnoqrafik Muzey Kompleksini təqdim edirik. Ölkəmizə gələn yapon turistləri Şəkiyə də böyük maraq göstərirlər. Yolüstü onlara Diri baba məqbərəsi, Şamaxıda Cümə məscidi və Yeddi Günübəz məqbərə-kompleksi göstərilir».

### **Mədəni turizm marşrutlarımız xariciləri daha çox cəlb edir**

Qala Arxeoloji Etnoqrafik Muzey Kompleksinin direktoru Fikrət Abdullayevin dediyinə görə, qoruğa gələn xarici turistlə-

rin sayı hər ay artır: «Hazırda ölkəmizdə olan xarici ölkə səfirlərinin hamısı muzeydə olublar. Maraqlıdır ki, indi də səfirliklər öz qonaqları ilə, ailə üzvləri ilə tez-tez buraya gəlirlər. Kompleksdə müasir muzey texnologiyalarından istifadə olunması və muzeyin açıq səma altında yerləşməsi seyrçilərin xüsusi marağına səbəb olur. Ötən il kompleksi 11 minədək insan ziyarət edib ki, bunun da təxminən 10 faizi xarici turistlər olub.

“Atəşgah məbədi” Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğunun direktoru Rəşid Babayi deyir ki, prezidentimizin ötən il imzaladığı sərəncama əsasən, ərazinin maraqlı turizm obyektinə çevrilməsi üçün burada konservasiya işləri həyata keçiriləcək. Məbəd hazırda turistlərin ən çox sevdiyi məkanlardan biridir. 2009-cu il ərzində bu tarixi abidəni 14 700 nəfər turist ziyarət edib. Bunların təxminən yarısı xarici ölkə vətəndaşları olub. 2010-cu il ilk dörd ayında isə Atəşgahı 6 min nəfər ziyarət edib ki, bu da ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə xeyli artıqdır.

### **Abidələrin bərpasına böyük maliyyə vəsaiti ayrılır**

Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin Mədəni irs şöbəsinin əməkdaşı, sənətsünaslıq namizədi Fazil Məmmədov müstəqillik əldə edildikdən sonra ölkədə maddi-mədəni irsin qorunmasına xüsusi önəm verildiyini qeyd etdi: «Sevindirici haldır ki, son vaxtlar abidələrimizin təbliği ilə bağlı çoxlu iş aparılır: bukletlər hazırlanır, filmlər çəkilir. Bundan əlavə, 10 il ərzində turizm marşrutlarına daxil olan abidələr müəyyənləşdirilib, dövlət tərəfindən onların bərpasına böyük maliyyə vəsaiti ayrılır».

Nazirlik rəsmisi bu gün Azərbaycanda UNESCO-nun Maddi-Mədəni İrs siyahısına düşən İçərişəhər, Qız qalası, Şirvanşahlar sarayı, Qobustan qoruğu kimi abidələrin dünyaya daha yüksək səviyyədə tanıtılmasının zəruriliyini vurğulayır: «Respublikamızın bölgələrində turizm nümunəsi kimi təqdim edilə bilən gözəl abidələrimiz var. Məsələn, Qaxda Samuxqala qalası,

Naxçıvanda Möminəxatun türbəsi, Qarabağlar türbəsi, Salyanda Cümə məscidi, Ordubad bir qoruq şəhəri kimi, Basqal və digərləri dünya turistlərinin diqqətini cəlb edən abidələrdir. Bundan başqa, iştirak etdiyimiz beynəlxalq sərgilərdə tarixi abidələrimizi təbliğ edən filmlər, kliplər nümayiş etdirilməlidir. Hazırda bu sahədə ilk mərhələdəyik».

«İçərişəhər» Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu İdarəsinin mətbuat xidmətinin rəhbəri Rahib Azəri bildirdi ki, Dövlət Proqramı yeni qəbul olunduğundan müvafiq şöbələrə təkliflərin hazırlanması ilə bağlı tapşırıqlar verilib, yaxın günlərdə həmin təkliflər əsasında görüləcək işlər müəyyənləşəcək.

**Fəxriyyə Abdullayeva**

## MƏDƏNİ İRS VƏ TURİZM

### *Dövlət Proqramına əsasən turizm marşrutlarına düşən tarixi abidələrdə geniş infrastruktur yaradılacaq*

Ölkə Prezidentinin sərəncamı ilə təsdiq edilən “Daşınmaz tarix və mədəniyyət abidələrinin bərpası, tarix və mədəniyyət qoruqlarının fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi və inkişafına dair 2014-2020-ci illər üzrə Dövlət Proqramı”nda nəzərdə tutulan məsələlərdən biri də mədəni irs məkanlarının turizm məqsədli istifadəsi ilə bağlıdır.

Tarix və mədəniyyət qoruqlarında, turizm məqsədləri üçün istifadə edilən abidələrdə müvafiq infrastrukturun yaradılması sektorun inkişaf etdirilməsi baxımdan xüsusi aktualıq kəsb edir. Bu gün Azərbaycanda turizmin əsas infrastrukturunu qurulub, yeni hotellər istifadəyə verilir, keyfiyyətli xidmətin təşkili, kadr hazırlığı, turizm imkanlarımızın tanıtımı istiqamətində işlər görülür. Turistlərin mədəni istirahəti, tarixi-mədəni məkanlara turların təşkili də bu sahədə işin növbəti mühüm mərhələsidir. Qeyd edək ki, Azərbaycanda hazırda 6308 tarix və mədəniyyət abidəsi dövlət mühafizəsindədir, 27 dövlət tarix-mədəniyyət, mezarlıq, bədii və etnoqrafiya qorluğu fəaliyyət göstərir. Abidə və qoruqların bir qisminin ərazisində turizm infrastrukturunu qurulub. Mədəniyyət və turizm naziri Əbülfəs Qarayev bu barədə qəzətimizə açıqlamasında bildirib ki, tarixi abidələrin turizm proqramlarına daxil edilməsi istiqamətində artıq müəyyən işlər görülüb. Turizm şirkətləri tarixi abidələrə infotururlar təşkil edirlər. Eyni zamanda bu abidələrin özlərinin lazımı səviyyədə təqdim olunması, müvafiq pasportlaşmanın aparılması zəruridir: “Turizmin inkişafı baxımından tarixi abidələr əvəzolunmaz bir imkan yaradır. Çünki səyahətə gələn hər bir insan gəldiyi ölkənin tarixi, mədəni irsi ilə yaxından maraqlanır. Bunun üçün də turistlərə dəqiq məlumat təqdim olunmalıdır”.

## **Turisti maraqlandıran özünəməxsusluq tarixdə, mədəniyyətdədir**

Azərbaycan Turizm İnstitutunun rektoru, professor Cəfər Cəfərovun sözlərinə görə, mədəniyyət və turizmin bir dövlət qurumu çətrisi altında birləşdirilməsi əslində tarixi abidələrdə turizm infrastrukturunun qurulmasına xidmət edir. Turizm mədəniyyətin inkişafına xidmət etməlidir, eləcə də turistlərdən əldə olunan gəlirlər vasitəsilə tarix-mədəniyyət abidələrinin də bərpaı keçirilməlidir: «Azərbaycanda turizmin inkişafında tarixi abidələrin çox böyük rolu var. Turistlər nə üçün bu və digər ölkəyə səfər edirlər? Onları maraqlandıran, cəlb edən məqamlardan biri də yerli özünəməxsusluqdur. Bu da tarixdə, mədəniyyətdə, abidələrdədir». Mütəxəssis deyir ki, Azərbaycanda çoxlu tarix-mədəniyyət abidələri olsa da, onların hamısının turizm xidmətləri göstərməyə hazır olduğunu deyə bilmərik: «Bu sahədə dünya təcrübəsi var. Arxeoloji və digər abidələr sadəcə bir abidə olaraq qalsa, turist üçün elə də maraq kəsb etməyəcək. Ancaq bunu turistin başa düşə biləcəyi bir vəziyyətə gətirib çatdırsan, yol infrastrukturunu qursan, həmin abidənin yerləşdiyi ərazidə turistlərin dincəlməsi, əyləncəsi üçün şərait yaratsan, o, əsl turizm obyektinə çevriləcək. Bu istiqamətdə bizim də təcrübəmiz var. Məsələn, Qobustan qoruğunda yaradılan yeni muzey digər abidələrdə görüləcək iş üçün örnək ola bilər».

## **İnfrastrukturun qurulması üçün öncə abidə bərpa olunmalıdır**

Elə isə 2014-2020-ci illər üzrə Dövlət Proqramında bu istiqamətdə hansı işlərin görülməsi nəzərdə tutulur? «Azərbaycan» Elmi-Tədqiqat Layihə İnstitutunun direktoru Telman Kərimli sualımıza cavab olaraq dedi ki, Dövlət Proqramına əsasən əvvəlcə turizm marşrutlarına düşən tarixi abidələrin



siyahısı müəyyənləşdiriləcək, sonra isə bu məkanlarda turizm infrastrukturunun yaradılması istiqamətində işlər görülməlidir: «İnfrastrukturun qurulması üçün birinci abidənin bərpası və ya konservasiyası həyata keçirilməlidir. Bunun əsasında xüsusi mühafizə zolağı yaradılmalıdır. Turistlərin abidənin tarixi, memarlığı, burada aparılan bərpa işləri ilə bağlı müfəssəl məlumat alması üçün məlumat lövhəsi qoyulmalıdır, çap məhsulları hazırlanmalıdır. Turistlərin ekskursiyası üçün şərait yaradılmalıdır. Bələdçilər müxtəlif dillərdə məlumatları onlara çatdırmalıdır». Həmsöhbətimizin fikrincə, şəhər mərkəzindən uzaqda yerləşən tarixi abidələrin yaxınlığında hotellərin, motellərin olması da önəmlidir. Yəni turistin həm gəzməsi, həm də istirahəti üçün lazımı şərait yaradılmalıdır: «Turistlər regionlarda yerləşən tarixi abidələri ziyarət edərkən, eyni zamanda o bölgənin sənətkarlığı, mətbəxi, özünəməxsus adət-ənənələri ilə də tanış olmalıdır. Bütün bunlarla bağlı Dövlət Proqramı çərçivəsində müvafiq işlər planlaşdırılır».

### **Abidələrin qorunması istiqamətində beynəlxalq əlaqələr**

Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Memarlıq və İncəsənət İnstitutunun direktoru, sənətşünaslıq doktoru, professor Ərtegin Salamzadə mədəni irsin qorunmasının bütün dünyada aktual olduğunu deyir. Onun sözlərinə görə, mədəni irsin qorunması problemi xüsusilə XX əsrdə dünyanı narahat etməyə başlayıb, çünki bu, münaqişələrlə bağlı bir dövrdür: «II Dünya müharibəsindən sonra bu sahədə beynəlxalq sənədlər imzalanıb, sonrakı illərdə UNESCO və quruma üzv olan ölkələrin təşəbbüsü ilə «Hərbi münaqişələr zamanı mədəni dəyərlərin qorunması haqqında» (1954), «Dünya mədəniyyət və mədəni irsin qorunması haqqında» (1972) və s. konvensiyalar qəbul edilib». Ərtegin Salamzadə deyir ki, Azərbaycan da bu sahədə mövcud olan beynəlxalq sənədlərə, o cümlədən sualtı mədəni irsin qo-

runması, memarlıq abidələrinin qorunması haqqında konvensiyalara qoşulub: «Bir sıra tarixi abidələrimiz UNESCO-nun qeyri maddi-mədəni irs siyahısına daxil edilib. Ümumilikdə dünyanın 148 ölkəsinin 900-dən çox mədəniyyət obyektı bu siyahıda yer alıb. Sevindirici haldır ki, onların arasında Azərbaycan mədəniyyət abidələri də var. Əlbəttə, abidələrin qorunması ilə bağlı mövcud konvensiyaların şərtlərinə əməl etmək böyük məsuliyyət tələb edir. Ölkəmiz abidələrin qorunması istiqamətində beynəlxalq konvensiyalara qoşulmaqla yanaşı, bu sahədə beynəlxalq əlaqələrini də gücləndirir. Təbii ki, Azərbaycan kimi turizmin yeni-yeni inkişaf etdiyi ölkələrdə tarixi abidələrin qorunub nümayiş obyektı kimi turistlərə təqdim edilməsi vacibdir. Bu ölkəmizə turist axınını daha da gücləndirər».

*F.Abdullayeva*

## KIÇIK ŞƏHƏRLƏRİN KREATİV İNKİŞAFI: ŞƏMKİR Aİ-nin LAYİHƏSİNDƏ

Yalnız paytaxt və iri şəhərlər mədəniyyət və turizm mərkəzi olaraq iqtisadi cəhətdən müstəqil ola bilməzlər. Kiçik şəhərlərin də inkişaf üçün bütün şansları var. Ən başlıcası – əldə olan potensialı görmək və bunu düzgün istifadə etməkdir.

“Şərq Tərəfdaşlığı” ölkələrinin altı regionunda həyata keçirilən və ötən il başa çatan “Kreativ şəhər və regionlar” pilot layihəsi də məhz buna istiqamətlənib.

Layihə Avropa İttifaqı (Aİ) və “Şərq Tərəfdaşlığı”nın “Mədəniyyət və kreativlik” proqramı çərçivəsində British Council-in təşkilatçılığı, Aİ-nin maliyyələşdirilməsi ilə həyata keçirilib.

“Bir qayda olaraq, iri şəhərlərə daha çox diqqət ayrılır. Məhz buna görə də bizə elə gəlir ki, kreativlik yalnız oradadır. Lakin regional şəhərlər paytaxtlarda olmayan imkanlara sahib ola bilər”, – kreativ sənaye sahəsi üzrə beynəlxalq ekspert Liya Qilardi bildirib.

Onun qeyd etdiyi kimi, “Kreativ şəhər və regionlar” layihəsi regional şəhərlərin inkişaf strategiyasının effektiv tətbiqinə yönəlib.

Layihədə iştirak üçün “Şərq Tərəfdaşlığı” ölkələrinin altı şəhər və regionu – Azərbaycandan Şəmkir regionu, Gürcüstandan Mxeta-Mtianeti regionu, Ukraynadan Kosov şəhəri, Belorusdan Svetloqorsk şəhəri, Moldovadan Orxey şəhəri və Ermənistandan Sisian şəhəri seçilib.

Layihənin saytında qeyd edildiyi kimi, Azərbaycanın şimal-qərbində yerləşən, 210 min sakini olan Şəmkir regionu özündə mədəni inkişafın “gizli” və aşkar aktivlərini ehtiva edir. Şəmkir şəhəri – Kiçik Qafqazın şimal dağətəklərində, paytaxtdan 400 kilometr aralıda 42 min sakini olmaqla Şəmkir regionunun mərkəzində yerləşir.

Region həmçinin tarixi irsi ilə də zəngindir – burada eramızdan əvvəl V əsrə aid Əhəmənilər sarayının qalıqları, XIX əsrin əvvəllərində şəhər Annenfeld adlandırılan zaman alman məskənlərinə aid mədəni irs də qorunub saxlanılıb. Eləcə də burada aşıq yaradıcılığı (poeziya ilə vokal-instrumental musiqinin vəhdəti) musiqi ənənələri də məşhurdur.

Bununla yanaşı, regionda gənclər üçün müasir tədris mərkəzləri, şahmat məktəbləri də fəaliyyət göstərir. Hətta burada hər il beynəlxalq şahmat turnirləri, “Nə? Harada? Necə?” oyunu da keçirilir.

Layihənin milli məsləhətçisi Cahangir Səlimxanovun sözlərinə görə, dünya tendensiyası “mədəniyyət” anlayışını ikinci dərəcəli sahədən ictimai həyatın, ümumilikdə şəhər, region, ölkənin inkişafını, eləcə də investisiyalar tələb edən aparıcı sahəyə çevirir.

Maddi-mədəni irs məsələləri üzrə mütəxəssis Cahangir Səlimxanovun vəzifəsinə Şəmkir regionunun mədəni-kreativ potensialının qiymətləndirilməsi, ümumi anlamda bu potensialın effektiv istifadəsi üçün tövsiyə təklifləri daxildir.

2017-ci ilin noyabrında ekspertin təqdim etdiyi hesabatda ümumi xarakterli tövsiyələrlə yanaşı, 14 konkret layihə də sadalayıb. Müəllifin fikrincə bu layihələr Şəmkirin ziyarətçilər üçün cəlbedici məkana çevrilməsinə, uzunmüddətli perspektivdə isə dövlət subsidiyalarından payının azalmasına, müstəqil və özünümaliyyəldirən layihələrə yer ayırmasına kömək olacaq.

14 təklifdən hər biri Şəmkirin və ümumilikdə, Şəmkir regionunun mədəni xüsusiyyətlərinə söykənir. Nümunə üçün, XIX əsrə aid alman məskənlərinin istifadəsi bu cür təklif olunur: alman mühacirlər tərəfindən Şəmkirə tikilmiş evlər, qədim lüteran kilsəsi mədəniyyətlərarası mübadilə üçün məkan ola bilər. Almaniyadan olan könüllər burada müəyyən müddət yaşayaraq alman köçkünlərin tarixini tədqiq edə, peşəkar bilik və bacarıqları hesabına şəhər həyatına fəal qoşula bilərlər.

Ekspert təklif edir ki, fəaliyyət göstərən lüteran kilsəsində hər il kamera musiqisi festivalı təşkil edilsin, eləcə də buraya alman faktoru da cəlb olunsun. Nümunə üçün, festivalda iştirak üçün Almaniyanın musiqi tədris müəssisələrindən pedaqoq və tələbələr dəvət olunsun. Müəllifin fikrincə, şəhərdə Almaniyadan olan mütəxəssislərin iştirakı ilə tipik alman un məmulatları da açmaq olar.

Digər təşəbbüs isə arxeoloji qazıntıların köməyiylə Şəmkir regionunun daha qədim tarixi dövrünə aiddir. Lakin Cahangir Səlimxanovun fikrincə, kreativ yanaşılsa qazıntılar meydanı gənclərin tədrisi və turuzmin inkişafı kimi də istifadə oluna bilər. Daha çox o, mədəni irs obyektləri yaxınlığında teatr və musiqi tamaşalarının təşkilini təklif edir.

“Əminəm ki, ən kiçik və ilk baxışdan maraqsız şəhərcikdə belə qeyri-standart yanaşılsa, spesifik, maraqlı və ətrafdan diqqətçəkən nəşə tapmaq olar. Başlıcası – insanları cəlb etməkdir. Sinerji yaratmaq, resursları birləşdirməkdir”, – deyərək o, qeyd edib.

Təklif olunan kreativ layihələr arasında öz təcəssümünü taparlardan biri də Azərbaycanın kulinariyası və musiqi ənənələrinin birləşməsindən qeyri-adi aşıq çayxanası olub. Bu, Azərbaycanın qərb hissəsinin, eləcə də Şəmkir regionunun Azərbaycan xalqının maddi-mədəni irsi – aşıq yaradıcılığının məskəni olmasından irəli gəlir. Çay içmə ənənəsi Azərbaycanın bütün regionlarına məxsusdur.

Mədəniyyət Nazirliyinin Şəmkir regional idarəsinin rəhbəri Ocat Əsədullayevin sözlərinə görə, aşıq çayxanası istər yerli sakinlər, istərsə də şəhərin qonaqları arasında daha çox maraq yaradacaq. Burada aşıqlar müəyyən günlər və müəyyən saatlarda çıxış edir. Təşəbbüs özünü maddi nöqtəyi-nəzərdən də doğruldu.

Şəhər və regionun mədəni-kreativ layihəsi üzrə yekun hesabat tövsiyələrini dəstəkləyən idarə rəhbəri qeyd edib ki, yayda torpaq quruyan zaman Şəmkirdə qazıntılar aparılan yerdə xüsusi işıq effektləri hesabına teatr tamaşaları təşkil etmək planlaşdırı-

lır. Onun fikrincə, mədəniyyətə bu cür müasir və yaradıcı yanaşma böyük perspektivlərə malikdir.

“Dünya tendensiyası insanların kreativlik axtarmasını bildirir. Bütün dünyada arxeoloji qazıntılar aparılır və hər bir ölkənin öz muzeyləri var. Bununla heç kəsi təəccübləndirmək olmur. Buna görə də özünü müasir və yaradıcı təqdim edən hər bir şəhər digərlərindən fərqlənməli və yadda qalmalıdır”, – Ocat Əsədullayev bildirib.

Cahangir Səlimxanovun hesabatında tövsiyə olunan ideyələrdən biri də şəhərdə müntəzəm olaraq foto festivalları keçirmək, maarifləndirici tele layihələr təşkil etmək, peşəkarların rəhbərliyi ilə gənclərin şəhərin divarlarını kreativ qraffiti ilə bəzəməyə imkan vermək, yaxın zamanlarda şəhərdə açılmış xalçaçılıq fabrikinə yaradıcı insanları cəlb etmək və bir çox şeylər daxildir.

Mədəni və kreativ sənaye dünya ümumi daxili məhsulunun 4,5%-ni təşkil edərək, hər il 10% artım proqnozlaşdırır. Bu sahələr istehsalat və xidmət sferasında daha çox inkişaf edir.

Avropa İttifaqında bu sektor iş verənlər üzrə böyüklüyünə görə üçüncü olmaqla, vətəndaşlara 8,3 milyon iş yerləri təqdim edir və 558 milyard avro həcmində gəlir gətirir.

Bu rəqəmlər “Mədəniyyət və kreativlik” layihəsinin saytında öz əksini tapıb. Həmçinin burada mədəniyyət və kreativ sənaye digər sahələrdən daha çox gənclər üçün geniş iş yerləri təmin edərək, sahibkarlıq və innovasiyaları dəstəkləyir, sərmayə və turizmi stimullaşdırır.

İncəsənət və mədəniyyət cəmiyyətin birləşməsinə, vətəndaşların ictimai həyatının stimullaşdırılmasını, nəsildən-nəsilə biliklərin ötürülməsini təmin edir və xoşbəxtliyin əsas hissəsidir. Mədəniyyət inklüziv inkişafın mənbəyi və yeni iş yerlərinin açılışdır. Son illər iqtisadi qeyri-müəyyənliyə baxmayaraq, kreativ məhsullarla qlobal ticarət artmaqda davam edir.

2018-ci il Avropa İttifaqı tərəfindən “Mədəni irs ili” adlandırılıb. İl ərzində mədəni irsin qorunmasına yönəlmiş çoxsaylı təd-

birlər keçiriləcək, maarifləndirici kampaniyalar təşkil ediləcək.

Avropa İttifaqında mədəni irsin bütün bəşəriyyət üçün universal dəyər olduğundan əmindirlər. Buna görə də mədəni irsin qorunub saxlanması və gələcək nəsillərə ötürülməsi vacib məqamdır. Mədəni irs mədəni müxtəlifliyin vacib hissəsidir ki, bunu qorumaq lazımdır. Bununla yanaşı, mütəxəssislər hesab edir ki, mədəni irs yalnız keçmişlə bağlı deyil. Mədəni irs indiki nəslin qarşılıqlı fəaliyyəti hesabına inkişaf edir.

Layihənin Estoniyadan olan məsləhətçisi Raqnar Siilin hesab etdiyinə görə, layihə yalnız mədəniyyətdə cəmləşməyərək, kreativ sənayenin təşkil edilməsi, yeni iş yerlərinin yaradılması, innovativ biznes modellər, turizmin inkişafı yerli və regional inkişaf üçün aparıcı qüvvə olması vacib aspektdir.

“Mədəniyyət və kreativlik sahəsinə investisiya yatırmaq, iqtisadi inkişafa investisiya yatırırınsınız. Məhz buna görə də Aİ “Şərq Tərəfdaşlığı” tərəfdaş-ölkələrini bu istiqamətə təşviq edir”, - Raqnar Siil deyib.

Layihənin altı iştirakçı-ölkələrdə həyata keçirilməsini əlaqələndirən ekspert qeyd edib ki, layihənin aparıcı vəzifəsi Şəmkirdə və ya digər beş şəhərdə inkişaf deyildi.

“Qarşımızda öz inkişafında mədəni və kreativlik üsulunun tətbiq etmək istəyən “Şərq Tərəfdaşlığı” regionunun istənilən kiçik şəhərində tətbiqi ilə bağlı metodologiyanın hazırlanması dayanırdı”, – deyərək Raqnar Siil bildirib.

Artıq bu imkanlar “Kreativ region və şəhərlər” layihəsi nəticəsində metodologiyası, rəhbərliyi, mütəxəssisləri, həmçinin mədəniyyət sahəsində liderlər arasında gənc fəalları olan Azərbaycan da var.

“Layihə tamamlandı, lakin onun bütün nəticələri Azərbaycanın istifadəsində qaldı. İstək yaranarsa, bütün bu resurslar ölkənin istənilən kiçik şəhər və regionunun inkişafının dəstəklənməsi üçün istifadə oluna bilər”, – Raqnar Siil deyib.

**Yelena Ostapenko**

## **AQROEKOTURİZM: AZƏRBAYCANIN SOSIAL-İQTİSADI HƏYATINDA YENİ BİR SIÇRAYIŞ**

Kənd Təsərrüfatı Nazirliyinin start verdiyi yeni layihələrdən biri də aqroekoturizmlə bağlıdır. Nazir İnam Kərimovun rəhbərliyi ilə bu ayın əvvəllərində keçirilən təqdimat konfransında həyata keçiriləcəyi rəsmən açıqlanan layihənin Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunun inkişafına yeni nəfəs gətirəcəyi gözlənilir. Bunu layihə müəlliflərinin təqdimat mərasimində səsləndirdikləri fikirlər də təsdiqləyir. Kənd Təsərrüfatı naziri İnam Kərimovun iyunun 4-də keçirilən konfransdakı çıxışı zamanı bildirdiyinə görə, “Şəhərdən Kəndə” adlanan bu aqrar sahənin inkişafı vasitəsilə kənd turizminin formalaşmasına xidmət edəcək: “Aqroekoturizmin inkişafı iqtisadi-sosial sahələrin inkişafına təkan verməklə yanaşı, ölkələr arası mədəniyyətlərin inteqrasiyasına da töhvə verəcək”.

Ekologiya və Təbii Sərvətlər naziri Muxtar Babayev də konfransdakı çıxışında təqdim olunan layihənin kənd turizminin inkişafına müsbət təsir göstərəcəyinə ümidvar olduğunu gizlətməyib. Onun fikrincə, layihənin icrası zamanı xüsusi diqqət yetirilməli məqam şəhərdən kəndə gələn insanların maraqlarını təmin etmək, baş verə biləcək neqativ antropogen təsirlərin minimuma endirilməsi olmalıdır.

Layihəni dəstəkləyən qurumlardan biri Dövlət Turizm Agentliyinin sədri Fuad Nağıyev də təşəbbüsün uğurla nəticələnəcəyinə inanır. Konfransdakı çıxışı zamanı bu ümidini açıq şəkildə dilə gətirən F.Nağıyevin fikrincə, aqroekoturizmin inkişafı üçün Azərbaycanın zəngin potensialı var: “Təbiətimiz gözəl, regionlarımız özünəməxsus, insanlarımız qonaqpərvərdir. Bizim əsas vəzifəmiz bu potensialı səmərəli istifadə etmək, təbliğat aparmaq, uğurlu təqdimat həyata keçirməkdir”.



Bəs Azərbaycan hökumətinin hazırladığı aqroekoturizm layihəsinin sosial həyatımıza nə kimi faydaları ola bilər? Ümumiyyətlə, aqroekoturizm nədir və hansı məqsədlərlə həyata keçirilir?

Turizm sektorunun bu yeni sahəsi adından da göründüyü kimi, özündə bir neçə mədəni sahəni ehtiva edir. Bu sektor ilk növbədə alternativ turizm sahəsidir. İndiyə qədərki klassik turizmdən fərqli olaraq, aqroekoturizm sektoru öz müştərilərinə beton binalardan, insan əliylə inşa edilmiş daş tikililərdən fərqli məkanlarda dincəlmək imkanı təqdim edir. Allahın insan oğluna və bütün canlılara bəxş etdiyi gözəl təbiətin qoynunda daha rahat dincəlmək fürsəti yaxalayan turistlər həm ölkəmizin canlı və bitki aləmi ilə tanış ola, həm də şəhər həyatının cansıxıcı yeknəsəkliyindən, stresslərindən uzaqlaşa biləcəklər.

Turizmin bu növü həm də ona görə sərfəlidir ki, mövsümi xarakter daşmır, ilin istənilən anında həyata keçirilir. Kənddə yazın da, yayın da, payızın da, qışın da başqa ləzzəti var və bu ləzzət turistlər üçün əsl adrenalin mənbəyinə çevrilə bilər.

Aqroekoturizmin kənd təsərrüfatı sektorunun inkişafındakı rolu da şəksizdir. Zətən bu sektorun formalaşdırılmasının əsas qayesi elə kənd təsərrüfatında çalışanların maddi rifah halını yüksəltməkdir. Sırr deyil ki, elmi-texniki tərəqqi sayəsində kənd təsərrüfatı məhsullarının istehsalında məhsuldarlığın artması istər-istəməz qiymətlərin aşağı düşməsi ilə nəticələnmiş, aqrar sektorun gəlir səviyyəsini azaltmış və kənddən şəhərlərə axını sürətləndirmişdir. Müasir çağımızda dünyanın, demək olar ki, bütün ölkələrinin ən böyük problemiminə çevrilən nizamsız urbanizasiya prosesi bizim ölkəmizdən də yan keçməmişdir. Xüsusilə 1994-cü ildə bağlanan “Əsrin müqaviləsi” Azərbaycan iqtisadiyyatına yeni dinamika gətirsə də, bu inkişaf neft və sənaye sektoruna daha çox təsir göstərmişdir. Cənab Prezidentimiz İlham Əliyevin də qeyd etdiyi kimi, qeyri-neft sektorunun inkişafının günün əsas tələbinə çevrildiyi, neft erasının bitdiyi indiki vaxtda, ölkə iqtisadiyyatının qarşısında dayanan əsas məsələlər-

dən biri də insanlarımızın yenidən kəndə qayıdışını təşviq etmək olmalıdır. Bunun üçün isə kəndlərdə əlavə gəlir mənbələri yaradılmalı, aqrar təsərrüfatla məşğul olanların daha çox qazanmaq imkanı təmin edilməlidir. Dünya təcrübəsi isə sübut edir ki, aqroekoturizm bu sahədə ən başarılı siyasətlərdən biridir. Təsədüfi deyil ki, Avropanın ən aparıcı dövlətləri, ABŞ, Avstraliya, Yaponiya, Cənubi Koreya kimi inkişaf etmiş ölkələr məhz bu səbəbdən kənd turizminə böyük əhəmiyyət verirlər: kənd təsərrüfatı ilə məşğul olan insanlar turizmin bu sektorundan da əlavə gəlir əldə edir və yurd-yuvalarına bağlanırlar .

Adından göründüyü kimi, aqroekoturizmin birbaşa bağlı olduğu əsas sahələrindən biri də ekologiyadır. Aqrar sektorda elmi-texniki tərəqqinin gətirdiyi məhsuldarlıq amansız rəqabət mühiti yaratdığından fermerlər istər-istəməz daha çox gəlir gətirən bitki növlərinə yönəlirlər. Bir çox hallarda, xaricdən gətirilən toxumlar yerli bitki növlərini tarlalardan tamamilə sıxışdırıb çıxırır, hər il xeyli sayda bitkilərin kökü kəsilir. Halbuki, hər bir təbiətin öz yerli məhsulları istər sağlamlıq, istərsə də damaq dadı baxımından daha kefiyyətli olur. Yerli toxumların məhsuldarlıq baxımından genləri dəyişdirilmiş xarici məhsullara uduzması bitkiçilik sahəsində tədricən gözəgörünməz ekoloji fəlakətlərə yol açır. İngiltərənin Kraliyyət Botanika Bağçası ilə İsveçin Stokholm Universitetinin bir müddət əvvəl apardığı tədqiqatlara görə, son 250 ildə 600-ə qədər bitki növünün nəslə kəsilib. Alimlər bunun gözləniləndən 500 dəfə çox olduğunu vurğulayırlar. Sözsüz ki, bu fəlakətin qarşısını almaq üçün yerli bitkiçilik ənənələri qorunmalı, ekoloji baxımdan daha sağlam qida məhsulları istehsal olunmalıdır. İstənilən mədəniyyətin əkinçiliklə başladığını nəzərə alsaq, bu həm də milli-mənəvi dəyərlərimizin təməllərinin qorunması deməkdir.

Söz milli mədəniyyətdən düşmüşkən, böyük şəhərlər kosmopolit dəyərlərin hegemon olduğu məkanlar deməkdir. Kosmopolitizm içərisində hər bir xalqın kiçicik xidmətləri olsa da, milli

mədəniyyətlər, adət-ənənələr bu gün kəndlərdə daha çox özünü qoruya bilir. İstər folklor kimi şifahi xalq ədəbiyyatı, istər xalçaçılıq, toxuculuq kimi maddi mədəniyyət nümunələri, istərsə də regional mətbəx kulturləri kəndlərimizdə hələ də öz yaradıcı ömürlərini yaşayırlar. Kənd turizmi, bu baxımdan, Azərbaycan xalqının mədəni dünyasının həm inkişafına töhfə verəcək, həm də onu qonaqlara daha mükəmməl təqdim etmək fürsəti yaradacaq.

Görünüdüü kimi, aqroekoturizm Azərbaycanın sosial-iqtisadi həyatında bir çox sahələrinin inkişafının əsas təminatçısına çevrilmək gücündə olan sahədir. Bu sahənin inkişafı tək-cə bir nazirliyin yox, həm də bütün hökumətin ən strateji hədəfinə çevrilməlidir.

**Adəm İsmayılov,  
Fəlsəfə elmləri doktoru**

## ÜMUMDÜNYA İRS SİYAHISI VƏ AZƏRBAYCANIN KİNOTURİZM POTENSİALI

“Dünya dağılanda onlar bir-birini sevdilər”. 2015-ci ildə lentə alınan “Əli və Nino” filmi Azərbaycanın dünyada mədəni vizit kartlarından biri oldu. İcraçı prodüseri Heydər Əliyev Fondunun vitse-prezidenti Leyla Əliyeva, prodüseri Kris Tikyer, rejissoru “BAFTA” mükafatı sahibi Asif Kapadia, ssenari müəllifi isə “Academy Award” mükafatı laureatı Kristofer Hempton olan film Hollivudda ekranlaşdırıldı, 33 dilə tərcümə olundu və dünyaya kino sektorunda maraqla qarşılandı. Filmdə hadisələr Bakıda cərəyan edir və əsas çəkilişlər İçərişəhər və ətrafında reallaşdı. Bu, Azərbaycanın bir film üzərindən dünyada təbliğatına ciddi təkan verdi, hətta rəsmi statistikaları araşdıranda filmin yayımlandığı 2016-cı ildən sonra Bakıya gələn turistlərin sayında artım aydın sezilir.

Filmin həm də UNESCO-nun Ümumdünya İrs Siyahısına salınmış İçərişəhərdə çəkilməsi Bakının tanınmasına yeni təkan verdi. Dünyada bir çox məşhur ekran əsəri də məhz Ümumdünya İrs Siyahısına salınmış, yaxud beynəlxalq səviyyədə tanınan tarixi abidələrin ərazilərində çəkilir və belə filmlər həmin irs nümunələrinin yerləşdiyi ölkələrin tanınması ilə yanaşı, kinoturizmin inkişafı və irihəcmli iqtisadi gəlirlərlə nəticələnir.

Kinoturizm: turist məşhur, yaxud çox sevdiyi filmin çəkildiyi yerlərə səyahət edir və filmdəki hadisələri canlı-canlı yaşamaq, ən azından o atmosferi hiss etmək istəyir.

1953-cü ildə çəkilən “Roma tətilləri” filmi kinoturizmin “pioneri” hesab oluna bilər. Gözəl şahzadənin macərələrindən bəhs edən bu film Romanı ingilisdilli turizm auditoriyasına tanıtdı. Çəkiliş zamanı baş roldakı aktyor Qriqori Pek tərəf müqabil Odri Xepbernlə zarafat etmək qərarına gəlir. O, Romanın Müqəddəs Məryəm Kilsəsinin girişindəki “Həqiqətin ağzı”na

əlini salır və elə görüntü yaradır ki, yalan danışdığı üçün daş ağız onun qolunu qoparıb. Odro bundan çox qorxur. Çox təbii alınan bu səhnə filmə daxil edilir və ondan sonra Romaya baş çəkən turistlər mütləq “Həqiqət ağzı”na baş çəkirlər. Adətən cütlüklər öz sevgilərini “Həqiqətin ağzı”nda sınayırlar.

Yeni Zelandiyada çəkilməmiş bu filmi ölkəyə 3 milyondan artıq turistin gəlməsinə səbəb oldu. Yeni Zelandiya Turizm Nazirliyinin məlumatına görə, ölkəyə gələn turistlərin 75 faizi “Üzük-lərin Hökmdarı” filminin çəkildiyi yerlərə baş çəkir. Xüsusilə Qlenorçi kəndi turist axını ilə üz-üzə qaldı. İş o yerə çatdı ki, yerli hakimiyyət yol-nəqliyyat hərəkətinin təşkili üçün işiqforlar quraşdırmağa məcbur oldu.

Filmin əsas qəhrəmanı Harri Potterin macəraları Böyük Britaniyanın abbatlıqlarında da turizmin inkişafını stimullaşdırdı. “VisitBritain” turizm şirkəti Potterin azarkeşləri üçün filmin çəkildiyi yerlərin siyahısını tərtib etdilər.

1960-cı illərdə məşhurlaşan Ceyms Bond filmləri də kinoturizmə böyük töhfə verib. Sonunculardan sayılan “Agent 007: Skayfoll koordinatları” filmi Almaniyanın Tirol əyalətində çəkilib. Bu, əyalətdə qış turizmini sözün əsil mənasında inkişaf etdirdi.

Son illər məşhurlaşan bu film turistlərin Xorvatiyaya marağını artırıb. Ölkənin paytaxtı indi əsil turizm şəhərinə çevrilib. Bu serialın məşhurluğu hesabına Xorvatiya “google”də turistlər tərəfindən ən çox axtarılan söz olub.

Den Braunun “İnferno” romanı əsasında çəkilən filmin əsas səhneləri İstanbulda lentə alınıb. Romanın qəhrəmanı Robert Lenqdon Harvard Universitetinin simvolistika üzrə professorudur. O, bir gün huşunu itirir, gözünü açanda isə bütün həyatı alt-üst olur. Yaddaşının böyük hissəsini itirən Robert özünü tapmaq məcburiyyətindədir və qəfil heç istəmədiyi və gözləmədiyi missiyanın daşıyıcısına çevrilir: dünyanı insanlığı məhv edəcək dəhşətli virusdan xilas etmək. Robertin son mənzili İstanbul

olur. Bu filmə görə İstanbula gələn turistlərin sayı çoxaldı. Den Braunun romanları əsasında əvvəlki ekran işlərində bu təcrübə yaşanıb. Adətən filmdə hadisələrin cərəyan etdiyi yerlərdə turizm bumu yaşanıb. Ekspertlərin dəyərləndirmələrinə görə, belə filmlərdən sonra ən azı 50 milyon turist öz marşrut xəttini seçir. Den Braunun “Kod Davinçi” və “Mələklərin iblisləri” romanları bu təcrübəni aydın göstərir. Roman əsasında çəkilmiş filmlərdə hadisələr İtaliya, Fransa və Böyük Britaniyada cərəyan edir. Hər şeydən öncə tamaşaçılar bu ölkələrin görməli yerləri ilə filmə tanış olurlar. Bununla həmin ölkələrdə ən maraqlı və tarixi yerləri gəzmək üçün bələdçiyə verəcəkləri 200 avro də ciblərində qalır.

Belə filmlər paralel olaraq turist axınına da zəmin yaradır. Məsələn, Fransada vaxtilə “Üç müşketyor”un döyüş yeri kimi tanınan Sen-Syulpis kilsəsinin ətrafı Den Braunun sayəsində “zəvvar turizmi”nin başqa istiqamətini məşurlaşdırdı. İndi kilsənin divarında bu sözlər yazılıb:

“Diqqət! Sen-Syulpis məbədində “Qraalya” bədəsinin saxlanıldığı yerdə məxfi kartları axtarmaq və “qızılgül xətti”ni vuraraq yoxlamaq qadağandır”.

Turistlər Den Braunun təsiri ilə romanda-filmə bəhs edən hadisələri canlı-canlı yaşamaq üçün həmi yerlərə səyahət edirlər.

“Əli və Nino” da Azərbaycanın kinoturizm sahəsində “qaranquş” hesab oluna bilər. İyulun 7-də Bakı Konqres Mərkəzində keçirilən UNESCO-nun Ümumdünya İrs Komitəsinin 43-cü sessiyasının növbəti iclasında Azərbaycanın “Xan Sarayı ilə birgə Şəkinin tarixi mərkəzi” adlı nominasiyasının Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilməsi bu təcrübənin inkişafına yeni zəmin yaratdı. UNESCO-nun Ümumdünya İrs Siyahısına Azərbaycanın üç tarixi obyekt – Şirvanşahlar Sarayı və Qız Qalası ilə birlikdə İçərişəhər, Qobustan dövlət tarixi-bədii qoruğu və Xan Sarayı ilə birgə Şəkinin tarixi mərkəzi – daxil edilib.

Bu, Azərbaycanın dünyada təbliği istiqamətində mühüm

addımdır. Kinoturizm və “Əli və Nino” təcrübəsi Ümumdünya İrs Siyahısına salınmış məkanlarda filmlərin çəkilişi və bu ekran əsərlərinin ilkin mərhələdə MDB, sonrakı mərhələdə dünya film bazarına çıxarılmasının vacibliyini gündəmə gətirir. Dövlət tarixi abidələrimizin qorunması və dünyada təqdim edilməsi ilə bağlı üzərinə düşən işi həyata keçirir, indi növbə kinorejissorların, ssenaristlərin, prodüserlərinindir...

**Asif Nərimanlı**

**“Kreativ-mədəni biznes”**

*İqtisadi məqalələr toplusu*

**(Azərbaycan dilində)**

**“Avropa” nəşriyyatının direktoru:**

Şöhrət Səlimbəyli

**Redaktor:** Ayxan Əbilli

**Texniki redaktor:** Nihad Əbilli

**Dizayner:** Fəriz Məhərrəmov

Çapa imzalanmışdır: 19.07.2019

Həcmi: 5,75 ç.v

Sifariş № 04.

Kağız formatı 60x84 1/16.

Tiraj 400.

Kitab “Avropa” nəşriyyatı MMC-də çap olunmuşdur.

Ünvan: Bakı şəhəri, Yasamal r.

Mətbuat pr. 529-cu məhəllə.

Telefon: 434-30-09