

## СОВРЕМЕННЫЙ ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК АЗЕРБАЙДЖАНА: МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Шафаг АБДУЛЛАЕВА 

Азербайджанский Университет Языков. Баку, Азербайджан

Yazışılan müəllif: shafaq70@mail.ru

### NƏŞR TARİXİ:

Qəbul edilmə tarixi:  
05.12.2025

Nəşr edilmə tarixi:  
22.12.2025

### КЛЮЧЕВЫЕ

#### СЛОВА:

туристский рынок,  
устойчивое  
развитие,  
экономическое  
воздействие,  
туристская  
политика,  
инновации.

### РЕЗЮМЕ

В статье анализируются тенденции развития современного туристского рынка Азербайджана, его структурные особенности и механизмы экономического воздействия. В исследовании рассматривается роль туризма в экономике страны, процессы восстановления в период пандемии и в постпандемийный этап, а также направления государственной политики в данной сфере. В современный период приоритетными направлениями определены устойчивое развитие туризма, модернизация туристской инфраструктуры в регионах и формирование новых туристских продуктов. В статье также оценивается роль цифрового маркетинга, брендинга и международного сотрудничества в расширении туристского рынка.

Основу исследования составляют методы статистического анализа, сравнительного подхода и системного анализа. В качестве источников использованы ежегодные отчеты Государственного комитета по статистике, Государственного агентства по туризму и Всемирной туристской организации (UNWTO). Кроме того, были проанализированы отечественные и международные научные статьи, государственные программы и стратегические документы. Период анализа охватывает 2015–2024 годы, что позволяет провести сопоставление допандемийного, пандемийного и постпандемийного этапов. Цель статьи — научно обосновать структуру и тенденции развития современного туристского рынка Азербайджана, выявить существующие проблемы и определить перспективы дальнейшего развития.

## ВВЕДЕНИЕ

Многочисленные исследования показывают, что туризм занимает одну из ведущих позиций среди нефте-неэнергетических секторов с точки зрения перспективности. В настоящее время туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей глобальной экономики. По данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO, 2024), на международный туризм приходится около 10% мирового валового внутреннего продукта, 8% экспорта, а примерно треть оказанных услуг предоставляется через международный туризм. В мире 8,1% трудоспособного населения занято в туристической индустрии и смежных сферах.

Согласно данным UNWTO, туризм обеспечивает примерно 10% мирового ВВП и 9% занятости, что вновь подтверждает его социально-экономическую значимость.

В Азербайджанской Республике развитие туристического сектора определено одним из приоритетных направлений государственной политики (Государственное агентство по туризму, 2023). Географическое положение страны, разнообразие природного климата, богатое историческое наследие и этнокультурное разнообразие создают широкие возможности для развития туризма.

Современный этап развития туризма в Азербайджане характеризуется целенаправленными реформами государства. В документе «Азербайджан 2030: Национальные приоритеты социально-экономического развития» туризм отмечен как важное направление экономической диверсификации (Государственный комитет по статистике Азербайджанской Республики, 2024). В этом контексте развитие туризма имеет значение не только с экономической, но и с культурной и экологической точек зрения, способствуя общему социальному благополучию страны.

Туризм в Азербайджане начал формироваться в начале XX века и в советский период развивался в основном как внутренний отдых и санаторно-курортный туризм. В период независимости были разработаны новые подходы к развитию отрасли, особенно с начала 2000-х годов, когда началась модернизация инфраструктуры и расширение международного продвижения.

В 2011 году утверждение Президентом «Государственной программы развития туризма в Азербайджанской Республике (2010–2014)» придало сектору стратегический характер. В 2018 году создание Государственного агентства по туризму усилило институциональное управление отраслью.

В последние годы наблюдается расширение внутреннего туристического рынка. Особенно после пандемии увеличились поездки местных туристов в регионы, что стимулировало развитие сельского туризма, агротуризма и экотуризма.

Согласно статистическим данным за 2024 год, число иностранных туристов, посетивших Азербайджан, составило 2,3 миллиона человек, что соответствует 87% уровня до пандемии. Наибольший поток туристов наблюдается из России, Турции, Грузии, Индии и Саудовской Аравии (Государственный комитет по статистике Азербайджанской Республики, 2024).

С точки зрения структуры, туристический рынок Азербайджана делится на два основных направления:

- Входящий туризм (inbound) – доходы от иностранных туристов;
- Внутренний туризм (domestic) – экономическая активность, возникающая от поездок местного населения внутри страны.

В стране функционирует более 800 гостиниц и отелей, аккредитовано свыше 40 международных туристических компаний. В регионах, особенно в таких зонах, как Габала, Куба, Шеки и Нафталан, развиваются направления экотуризма и оздоровительного туризма (Мамедова, С., 2021).

Правительство Азербайджана осуществляет комплексные меры по развитию туризма. Основные направления включают:

- упрощение визового режима (система ASAN Visa);
- международные брендовые кампании, такие как «Azerbaijan – Land of Fire» и «Take Another Look»;
- создание туристических кластеров в регионах;
- развитие туристического образования и человеческих ресурсов.

На современном этапе укрепление международного сотрудничества является важным фактором расширения туристического рынка. Сотрудничество с Организацией тюркских государств, Всемирной туристской организацией ООН и другими международными институтами ускоряет интеграцию Азербайджана в глобальную туристическую систему. Одновременно превращение города Баку в международный центр проведения мероприятий (Европейские игры, «Формула-1», COP29) снижает сезонную зависимость туризма, поддерживая активность рынка на протяжении всего года.

Тенденции цифровизации играют ключевую роль в развитии современного туристического рынка. В настоящее время широко используются онлайн-системы бронирования, туристические карты на базе искусственного интеллекта и мобильные приложения. Запуск платформы «Azerbaijan.Travel», расширение онлайн-бронирования и международные рекламные кампании через социальные сети усиливают интеграцию туризма Азербайджана в цифровую экосистему.

В рамках концепции «Smart Tourism» применение технологий искусственного интеллекта и больших данных открывает новые возможности для прогнозирования туристических потоков, повышения качества обслуживания и формирования индивидуальных туристических впечатлений (Porter, 1990).

Платформа «Azerbaijan.Travel», созданная Государственным агентством по туризму, обеспечивает интеграцию туристических продуктов по всей стране.

Инструменты цифрового маркетинга — социальные сети, SEO, веб-аналитика и кампании с участием инфлюенсеров — способствуют международному продвижению туризма Азербайджана.

Кроме того, активные маркетинговые кампании в социальных сетях, особенно «инфлюенсер-туризм», способствуют укреплению международного имиджа страны.

Несмотря на все положительные тенденции, в туристическом секторе сохраняются ряд проблем:

- межрегиональная неравномерность - поток туристов между столицей и регионами несбалансирован;
- подготовка кадров - наблюдается нехватка профессиональных туристических менеджеров и гидов;
- сезонность - летом поток туристов увеличивается, в зимний период снижается;
- экологические нагрузки - в некоторых регионах туристическая деятельность оказывает негативное воздействие на природу.

В сфере подготовки кадров определенные недостатки занимают первостепенное место среди проблем. Недостаток квалифицированных специалистов в направлениях туристического менеджмента, маркетинга и гидов, отвечающих современным требованиям, напрямую влияет на качество обслуживания. В этом контексте целесообразно обновление учебных программ по туризму в высших учебных заведениях и внедрение учебных моделей, основанных на международном опыте.

Для решения этих проблем необходимо рассматривать принципы устойчивого туризма, экотуризм, агротуризм и участие местных сообществ как ключевые направления развития. Развитие экотуризма и агротуризма позволяет обеспечить баланс между охраной природной среды и экономическими интересами. Реализуемые в горных и лесных районах Азербайджана проекты демонстрируют, что модели устойчивого туризма приносят не только экономическую выгоду, но и социальную и экологическую пользу.

Современный туристический рынок Азербайджана находится на стадии быстрого развития и стал важной составной частью несырьевого сектора экономики. Целенаправленная государственная политика, инфраструктурные проекты, цифровизация и международное сотрудничество обеспечивают устойчивое развитие этой сферы.

Тем не менее, для полного раскрытия потенциала сектора необходимо обеспечить сбалансированное развитие между регионами, экологическую устойчивость и внедрение инновационных моделей управления. Туризм играет стратегическую роль в формировании национального имиджа Азербайджана, продвижении его культуры на международной арене и повышении экономического благосостояния.

## **ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

Современный туристический рынок Азербайджана характеризуется динамичным развитием. Государственная политика, инфраструктурные реформы и международное сотрудничество повышают стратегическую значимость этой сферы. Вместе с тем, для полного раскрытия потенциала рынка необходимы внедрение моделей устойчивого туризма, сохранение межрегионального баланса и расширение цифровых инноваций (Алиев, Р., 2022).

Для обеспечения развития туристического сектора в стране целесообразно реализовать мероприятия по следующим направлениям:

- Внедрение моделей устойчивого туризма: Необходимо формировать модели, сохраняющие экологический баланс и увеличивающие доход местных сообществ;
- Международное сотрудничество: Расширение совместных проектов с Организацией тюркских государств и соответствующими структурами ООН;
- Цифровые инновации: Создание систем прогнозирования туристических потоков на основе искусственного интеллекта и технологий больших данных (big data);
- Человеческий капитал: Усиление подготовки кадров в областях туристического менеджмента, маркетинга и этики обслуживания.

Туризм является не только источником экономического дохода, но и важным инструментом формирования национальной идентичности, культурного наследия и международного имиджа. В этом контексте туристический сектор Азербайджана обладает потенциалом стать значимым игроком на региональном и международном туристическом рынке в ближайшие годы. Расширение внутреннего туризма способствует росту занятости в регионах, оживлению местного предпринимательства и повышению социального благосостояния. В частности, направления сельского и агротуризма стимулируют экономическую активность местных сообществ, способствуют сохранению традиционных культурных ценностей и эффективному использованию природных ресурсов.

Анализ структуры туристического рынка показывает, что сегмент внутреннего туризма в последние годы демонстрирует существенную динамику роста. Повышение интереса местных туристов к региональным направлениям после пандемии стало важным фактором экономического восстановления. Это способствует частичному восстановлению межрегионального баланса, а также продлению туристического сезона.

## **ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ**

Проведенный анализ показывает, что туристический сектор Азербайджанской Республики в последние годы занял стратегически важное место в структуре национальной экономики. Целенаправленная государственная политика, международное сотрудничество и инфраструктурные реформы выступают ключевыми факторами динамичного развития туристического рынка. В период с 2015 по 2024 годы постепенное восстановление показателей туризма, наблюдаемые после пандемии тенденции роста и увеличение потока внутреннего туризма свидетельствуют о формировании положительных структурных изменений в секторе.

В целом, проведенные обсуждения показывают, что туристический рынок Азербайджана достиг устойчивой стадии развития. Государственная поддержка, цифровые инновации и участие местных сообществ являются основными столпами этого прогресса. Вместе с тем, для поддержания долгосрочной конкурентоспособности сектора необходим комплексный подход: сбалансированное развитие инфраструктуры в регионах, повышение качества обслуживания и усиление экологической ответственности остаются приоритетными задачами.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Алиев, Р. (2022). Тенденции развития туризма в регионах Азербайджана. Журнал «Экономика Азербайджана», 2(2), (с. 45).
2. Всемирная организация туризма ООН (UNWTO). (2024). Tourism highlights: Global report. <https://www.unwto.org>
3. Государственное агентство по туризму. (2023). Стратегия развития туризма Азербайджана до 2030 года. <https://tourism.gov.az>
4. Государственный комитет по статистике Азербайджанской Республики. (2024).
  1. Ежегодный отчет о деятельности в сфере туризма. <https://www.stat.gov.az>
5. Мамедова, С. (2021). Оценка потенциала устойчивого туризма и экотуризма. Кавказские исследования, 4(4), (с. 12).
6. Портер, М. (1990). Конкурентное преимущество наций. Macmillan.

## **XÜLASƏ**

### **AZƏRBAYCANIN MÜASİR TURİZM BAZARI: İNKİŞAF MEXANİZMLƏRİ VƏ PERSPEKTİVLƏR**

**Şəfəq Abdullayeva**

Məqalədə Azərbaycanın müasir turizm bazarının inkişaf tendensiyaları, struktur xüsusiyyətləri və iqtisadi təsir mexanizmləri təhlil olunur. Tədqiqatda turizmin ölkə iqtisadiyyatında rolu, pandemiya dövrü və sonrakı mərhələdə bərpa prosesləri, habelə dövlət siyasətinin istiqamətləri araşdırılır. Müasir dövrdə turizmin

dayanıqlı inkişafı, regionlarda turizm infrastrukturunun modernləşdirilməsi və yeni turizm məhsullarının formalaşdırılması əsas prioritetlər kimi müəyyən edilmişdir. Məqalədə həmçinin rəqəmsal marketinqin, brendinqin və beynəlxalq əməkdaşlığın turizm bazarının genişlənməsindəki rolu dəyərləndirilir.

Tədqiqatın əsasını statistik təhlil, müqayisəli analiz və sistemli yanaşma metodları təşkil edir. Mənbə kimi Dövlət Statistika Komitəsinin, Dövlət Turizm Agentliyinin və UNWTO-nun illik hesabatlarından istifadə olunmuşdur. Həmçinin yerli və beynəlxalq elmi məqalələr, dövlət proqramları və strateji sənədlər nəzərdən keçirilmişdir. Analiz dövrü əsasən 2015–2024-cü illəri əhatə edir ki, bu da pandemiya öncəsi, pandemiya və post-pandemiya mərhələlərinin müqayisəsinə imkan verir. Məqalənin məqsədi Azərbaycanın müasir turizm bazarının strukturunu, inkişaf tendensiyalarını və mövcud problemləri elmi əsaslarla təhlil etmək və gələcək inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirməkdir.

**Açar sözlər:** *turizm bazarı, dayanıqlı inkişaf, iqtisadi təsir, turizm siyasəti, innovasiyalar.*

## ABSTRACT

### MODERN TOURISM MARKET OF AZERBAIJAN: DEVELOPMENT MECHANISMS AND PERSPECTIVES

**Shafag Abdullaeva**

The article analyzes the development trends, structural characteristics, and economic impact mechanisms of Azerbaijan's modern tourism market. The study examines the role of tourism in the national economy, the recovery processes during and after the pandemic, as well as the directions of state policy. In the contemporary period, sustainable tourism development, modernization of tourism infrastructure in the regions, and the creation of new tourism products have been identified as key priorities. The article also evaluates the role of digital marketing, branding, and international cooperation in the expansion of the tourism market.

The research is based on statistical analysis, comparative methods, and a systematic approach. Sources include annual reports from the State Statistical Committee, the State Tourism Agency, and the UN World Tourism Organization (UNWTO). In addition, local and international scientific articles, government programs, and strategic documents were reviewed. The analysis primarily covers the period 2015–2024, allowing for a comparison of pre-pandemic, pandemic, and post-pandemic stages. The aim of the article is to scientifically analyze the structure and development trends of Azerbaijan's modern tourism market, identify existing problems, and determine future development prospects.

**Keywords:** *tourism market, sustainable development, economic impact, tourism policy, innovations*

## E-KOMMERSİYA PLATFORMALARINDA SÜNİ İNTELLEKTİN AZƏRBAYCANDAKI İSTİFADƏ İMKANLARI

Fərid ƏZİZOV , Elnur ƏLİYEV 

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Bakı, Azərbaycan

\*Yazışılan müəllif: [faridazizov2003@gmail.com](mailto:faridazizov2003@gmail.com)

### NƏŞR TARİXİ:

Qəbul edilmə tarixi:  
05.12.2025

Nəşr edilmə tarixi:  
22.12.2025

### AÇAR SÖZLƏR:

süni intellekt, e-kommersiya, rəqəmsal iqtisadiyyat, Azərbaycan, data analitika

### XÜLASƏ

Bu məqalədə süni intellekt texnologiyalarının e-kommersiya sektorunda tətbiqi, onun Azərbaycan iqtisadiyyatındakı rolu və potensial inkişaf istiqamətləri araşdırılır. Süni intellekt (Sİ) alqoritmləri fərdiləşdirilmiş marketinq, satış analitikası, avtomatlaşdırma, təhlükəsizlik və qiymət modelləşdirilməsi sahələrində e-ticarət proseslərinin optimallaşdırılmasını təmin edir. Qlobal trendlərə paralel olaraq Azərbaycan da rəqəmsal transformasiya mərhələsindədir və “Azərbaycan 2030” strategiyası çərçivəsində süni intellektin iqtisadiyyata inteqrasiyası prioritet istiqamət kimi müəyyən edilmişdir.

Məqalədə göstərilir ki, süni intellektin tətbiqi yerli e-kommersiya şirkətlərinin səmərəliliyini artırmaqla yanaşı, istehlakçı məmnuniyyətini yüksəldir, əməliyyat xərclərini azaldır və rəqəmsal iqtisadiyyatın dayanıqlılığını gücləndirir. Bununla belə, məlumat keyfiyyəti, hüquqi çərçivələr və kadr potensialı kimi problemlərin həlli vacib şərtir. Nəticədə müəyyən olunur ki, süni intellektin məqsədyönlü tətbiqi Azərbaycanı regionda innovativ e-kommersiya ekosisteminin mərkəzinə çevirə bilər.

## GİRİŞ

Rəqəmsallaşma XXI əsrin iqtisadi sistemlərini köklü şəkildə dəyişdirərək qlobal bazarların əsas hərəkətverici qüvvəsinə çevrilmişdir. Elektron ticarət bu prosesin ən mühüm istiqamətlərindən biridir və süni intellekt texnologiyalarının tətbiqi ilə daha səmərəli, çevik və şəffaf sistemlər formalaşdırır (PwC, 2024). Süni intellekt alqoritmləri insan davranışlarını öyrənərək təkliflərin fərdiləşdirilməsi, əməliyyatların avtomatlaşdırılması və bazar tendensiyalarının proqnozlaşdırılması kimi mühüm funksiyalar yerinə yetirir (Nguyen, Lee & Park, 2023).

Azərbaycan iqtisadiyyatı da rəqəmsal transformasiyanın aktiv mərhələsindədir. Dövlət səviyyəsində qəbul edilmiş “Azərbaycan 2030: Sosial-iqtisadi inkişafa dair Milli Prioritetlər” sənədində rəqəmsal iqtisadiyyatın inkişafı və süni intellektin tətbiqi prioritet istiqamətlərdən biri kimi göstərilmişdir (Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Sərəncamı, 2021). Eyni zamanda, 2025-ci ilə qədər ölkənin e-kommersiya dövriyyəsinin 4,2 milyard manat səviyyəsinə çatması (Dövlət Statistika Komitəsi, 2025) bu sahənin genişlənməsini sübut edir. Bu artımın davamlılığı üçün innovativ yanaşmaların, xüsusilə də Sİ texnologiyalarının tətbiqi mühüm rol oynayır.

## ƏSAS HİSSƏ

### E-kommersiyada süni intellektin rolu

Süni intellekt e-kommersiya sistemlərində bir sıra əsas funksiyaları yerinə yetirir:

1. Fərdiləşdirilmiş marketinq və müştəri davranışlarının proqnozlaşdırılması.

Qlobal miqyasda Amazon, Alibaba və eBay kimi nəhəng platformalar alqoritmik analizlər vasitəsilə istifadəçi seçimlərini modelləşdirir və fərdiləşdirilmiş məhsul təklifləri yaradır (Nguyen et al., 2023). Azərbaycan bazarında bu təcrübə “Kontakt Home” və “Bravo” kimi şirkətlər tərəfindən tətbiq edilməyə başlanmışdır. Lakin effektiv nəticə üçün keyfiyyətli məlumat bazalarının yaradılması və data təhlükəsizliyinin təmin olunması vacibdir.

2. Müştəri xidməti və avtomatlaşdırma.

Süni intellekt əsaslı chatbot və virtual köməkçilər müştəri sorğularını 24/7 rejimində cavablandırır, əməliyyat xərclərini azaldır və xidmət keyfiyyətini artırır (PwC, 2024). Azərbaycan