

AUDİT 2025, 2 (48), səh. 128-136.
AUDIT 2025, 2 (48), pp. 128-136.
АУДИТ 2025, 2 (48), стр. 128-136.

DOI: 10.59610/bbu2.2025.2.12

İsmayilov İsmayılşah Ələddin oğlu,
doktorant,
Azərbaycan Kooperasiya Universiteti
E-mail: ismayilshah.2777@gmail.com
© İsmayilov İ.Ə., 2025

UOT: 338.48
JEL: Z32, L83, O21

TURİZM SAHƏSİNİN İNKİŞAFINA DAİR DÜNYA TƏCRÜBƏSİNİN TƏHLİLİ

X Ü L A S Ə

Tədqiqatın məqsədi – turizm sahəsində uğur qazanmış beynəlxalq modelləri və qabaqcıl dünya təcrübələrini təhlil etməklə, müxtəlif ölkə və regionlarda turizm sektorunun inkişafı üçün uyğunlaşdırıla bilən effektiv strategiyaların müəyyən edilməsidir.

Tədqiqatın metodologiyası – tədqiqatda müxtəlif ölkələrdə tətbiq olunan turizm siyasətlərinin müqayisəli təhlili, nümunəvi araşdırmaların və statistik göstəricilərin analizi vasitəsilə inkişaf strategiyalarının səmərəliliyi qiymətləndirilmişdir.

Tədqiqatın tətbiqi əhəmiyyəti – əldə olunan nəticələr turizm siyasətçiləri, sahə üzrə planlaşdırıcılar və maraqlı tərəflər üçün öz ölkələrinin turizm potensialını inkişaf etdirmək və dayanıqlı artımı təmin etmək məqsədilə beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan tövsiyələr təqdim edir.

Tədqiqatın nəticələri – göstərir ki, integrasiya olunmuş dövlət siyasətləri, güclü infrastruktur, dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığı və davamlı turizm prinsiplərinə əsaslanan ölkələr turizm sahəsində əhəmiyyətli inkişaf və rəqabətqabiliyyətlik əldə etmişlər.

Tədqiqatın orijinallığı və elmi yeniliyi – global turizm modellərinin müqayisəli təhlili əsasında, inkişafda olan ölkələr üçün dayanıqlı turizm artımını təşviq edən yeni strategiya və siyasət çərçivələrinin təklif olunmasındadır.

Açar sözlər: turizmin inkişafı, beynəlxalq təcrübə, təyinatların idarə edilməsi, dövlət-özəl sektor əməkdaşlığı, davamlı turizm.

G İ R İ Ş

Turizm ümumiyyətlə bir ildən çox olmayan istirahət, iş və ya digər məqsədlər üçün adi mühitdən kənar yerlərə səyahət edən və orada qalan insanların fəaliyyəti kimi müəyyən edilir [10]. Bu, nəqliyyat, yaşayış, yemək və içki, əyləncə və mədəni təcrübələri əhatə edən mürəkkəb və çoxşaxəli sənayedir. Turizmin əhəmiyyəti səyahət və qonaqpərvərlikdən kənara çıxır - o, həyatı iqtisadi sektora və sosial-mədəni mübadilə üçün güclü alətə çevrilmişdir.

Məqsədinə, təyinatına və fəaliyyət xarakterinə görə təsnif edilən bir neçə turizm növü vardır. İstirahət turizmi, ən çox yayılmış formasıdır, tətillər, istirahət və istirahət səyahətlərini

AUDİT 2025, 2 (48), səh. 128-136.

AUDIT 2025, 2 (48), pp. 128-136.

АУДИТ 2025, 2 (48), стр. 128-136.

əhatə edir. İşgüzar turizm görüşlər, konfranslar və peşəkar nişanlarla bağlı səyahətləri əhatə edir. Mədəni turizm irsə, tarixə və incəsənətə maraqdan irəli gəlir, ekoturizm isə təbiətin mühafizəsi və ictimaiyyətin cəlb edilməsinə diqqət yetirməklə təbii ərazilərə məsuliyyətli səyahəti vurğulayır [5, s.22]. Macəra turizmi, müalicə turizmi, kənd turizmi və dini turizm də böyüyən sektorlardır və hər biri müxtəlif maraqlara və bazarlara cavab verən unikal təcrübələr təklif edir.

Bu kateqoriyaların başa düşülməsi xüsusi iqtisadi, coğrafi və sosial-mədəni kontekstlərə uyğun gələn uyğunlaşdırılmış turizm strategiyalarının hazırlanması üçün vacibdir.

Turizmin inkişafı, turizmin iqtisadi cəhətdən səmərəli, sosial inklüziv və ekoloji cəhətdən məsuliyyətli olmasını təmin etməyə yönəlmiş bir sıra prinsiplərə əsaslanır. Davamlılıq prinsipi müasir turizm planlaşdırmasının mərkəzində dayanır. O, qısamüddətli qazanclar üzərində uzunmüddətli həyat qabiliyyətini vurğulayır, turizmin inkişafının cari turistlərin və ev sahibi icmaların ehtiyaclarına cavab verməsini təmin edir, eyni zamanda gələcək imkanları qoruyur və artırır [2, s.17]. Davamlı turizm ətraf mühitin mühafizəsi, mədəni bütövlüyü və iqtisadi bərabərliyi özündə birləşdirir.

Digər əsas prinsip yerli əhalinin qərar qəbul etmə proseslərinə cəlb edilməsinin vacibliyini vurğulayan icmanın iştirakıdır. Səlahiyyətli icmaların turizmi dəstəkləmək və ondan iqtisadi və mədəni fayda əldə etmək ehtimalı daha yüksəkdir. Daşıma qabiliyyəti də həyatı bir anlayışdır, bir təyinat yerinin ətraf mühiti və ya ziyarətçi təcrübəsini pisləşdirmədən yerləşdirə biləcəyi ziyarətçilərin maksimum sayına istinad edir.

Turizmin inkişafına istiqamət verən bir neçə nəzəri model təklif edilmişdir. Ən təsirli modellərdən biri, turizmin inkişafının mərhələlərini təsvir edən Butlerin Turizm Sahəsi Həyat Dövrü (TALC) modelidir: kəşfiyyat, cəlbətmə, inkişaf, konsolidasiya, durğunluq və tənəzzül və ya cavanlaşma. Bu model siyasətçilərə və planlaşdırıcılara təyinatın trayektoriyasını təxmin etməyə və buna uyğun olaraq müdaxilələri planlaşdırmağa kömək edir [2, s.19].

Digər görkəmli model, ev sahibi icmaların artan turizm səviyyələrinə - ilkin eyforiyadan tutmuş apatiya, qıcıqlanma və potensial düşmənciliyə kimi reaksiyasını təsvir edən Doksinin Qıcıqlanma İndeksidir (Irridex). Bu modeli başa düşmək maraqlı tərəflərə sosial-mədəni təsirləri idarə etməyə və yerli dəstəyi təmin etməyə kömək edir.

Leiperin Turizm Sistemi Modelindən də geniş istifadə olunur. O, turizmi beş əsas komponentdən ibarət dinamik və bir-biri ilə əlaqəli sistem hesab edir: turistlər, yaradan bölgələr, tranzit marşrutları, təyinat bölgələri və turizm sənayesi. Bu sistem perspektivi turizm dəyər zəncirinin bütün aspektləri üzrə hərtərəfli planlaşdırmağa imkan verir [6, s.45].

Turizm bir çox ölkələrin və regionların iqtisadi inkişafında transformativ rol oynayır. Dünyanın ən böyük iqtisadi sektorlarından biri kimi turizm qlobal ÜDM-in 10,3%-ni və COVID-19 pandemiyasından əvvəl dünya üzrə 330 milyon iş yeri təşkil edirdi [11]. O, valyuta gəlirləri yaradır, investisiyaları stimullaşdırır və qonaqpərvərlik, pərakəndə satış və xidmətlər üzrə kiçik və orta müəssisələri (KOB) dəstəkləyir.

Turizm həm də kənd yerlərində və inkişaf etməmiş ərazilərdə məşğulluq imkanları yaratmaqla regional inkişafa töhfə verir. Bu, yerli iqtisadiyyatların şaxələndirilməsinə və kənd

AUDİT 2025, 2 (48), səh. 128-136.

AUDIT 2025, 2 (48), pp. 128-136.

АУДИТ 2025, 2 (48), стр. 128-136.

təsərrüfatı və ya hasilat sənayesi kimi ənənəvi sektorlardan asılılığın azaldılmasına kömək edir. Turizm xərclərinin multiplikativ təsiri tikinti, nəqliyyat və qida istehsalı kimi əlaqəli sənayelərdə tələbi stimullaşdırır.

İqtisadi faydalardan başqa, turizm mədəni artımın və mübadilənin güclü sürücüsüdür. Bu, müxtəlif mədəniyyətlərin, adət-ənənələrin və irsin məlumatlandırılmasını və qiymətləndirilməsini təşviq edir. Turizm vasitəsilə icmalar ənənəvi sənətkarlıq, musiqi və festivalları canlandırır, mədəni qürur və kimliyi inkişaf etdirə bilər. Mədəni turizm, xüsusən də tarixi abidələrin və qeyri-maddi mədəni irsin qorunub saxlanması üçün bir vasitə kimi xidmət edə bilər [8, s. 1236].

Bununla belə, turizm düzgün idarə olunmasa, mənfi təsirləri də ola bilər. Bunlara ətraf mühitin degradasiyası, mədəni əmtəələşmə və sosial-iqtisadi bərabərsizliklər daxildir. Kütləvi turizm, xüsusilə kövrək ekosistemlərdə və ya irs ərazilərində, resursların tükənməsinə və orijinallığın itirilməsinə səbəb ola bilər. Buna görə də, faydaları maksimuma çatdırmaq və çatışmazlıqları minimuma endirmək üçün davamlı və əhatəli planlaşdırma vacibdir.

Turizmin inkişafının konseptual və nəzəri əsasları turizmin necə fəaliyyət göstərdiyi və nə üçün vacib olduğu barədə strukturlaşdırılmış anlayışı təmin edir. Müxtəlif tipologiyalarından tutmuş davamlılıq və icmanın iştirakı kimi rəhbər prinsiplərə qədər turizm həm mürəkkəb sənaye, həm də transformasiyaedici qüvvədir. Butlerin TALC və Leiper sistem modeli kimi nəzəri modellər turizmin həyat dövrü və struktur ölçüləri haqqında dəyərli fikirlər təqdim edərək, daha strateji planlaşdırma və siyasətin formalaşdırılmasına imkan verir [2, s.15].

Ölkələr post-pandemiya dövründə turizmi yenidən qurmağa və yenidən təsəvvür etməyə çalışdıqca, bu təməl konsepsiyalar vacib olaraq qalır. İqtisadi məqsədləri mədəni həssaslıq və ətraf mühitin mühafizəsi ilə birləşdirən balanslaşdırılmış yanaşma turizmin global inkişafın sütunu kimi inkişaf etməyə davam etməsini təmin edəcək.

Cədvəl 1.

Turizmin növləri və onların xüsusiyyətləri

Turizm növü	Əsas Məqsəd	Populyar İstiqamətlər
İstirahət Turizmi	"İstirahət, istirahət, tətillər"	"Çimərlik kurortları, şəhər tətilləri"
Biznes Turizmi	"İşlə bağlı səyahətlər, konfranslar, görüşlər"	"Şəhər mərkəzləri, konqres salonları"
Mədəni Turizm	"İrs, tarix və incəsənətin araşdırılması"	"Tarixi şəhərlər, UNESCO saytları"
Eko-turizm	Qoruma diqqəti ilə təbiətə əsaslanan səyahət	"Yağış meşələri, milli parklar"
Macəra Turizmi	Çətin fiziki fəaliyyətlər və kəşfiyyat	"Dağlar, çaylar, səhrələr"
Tibbi Turizm	Səhiyyə xidmətləri və sağlamlıq müalicəsi	"Tibbi mərkəzlər, ixtisaslaşmış xəstəxanalar"
Dini Turizm	Həcc ziyarəti və inanca əsaslanan təcrübələr	"Müqəddəs yerlər, məbədlər, ziyarətgahlar"

Mənbə: İnternet resursları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Qlobal Turizm İnkişafı Təcrübələrinin Müqayisəli Təhlili

İnkişaf etmiş ölkələrdə turizm çox vaxt uzunmüddətli siyasət çərçivələri, güclü infrastruktur və qlobal miqyasda tanınan brendinqdə lövbərlənmiş mürəkkəb sənayeyə çevrilmişdir. Fransa, İtaliya və ABŞ kimi ölkələr mədəni kapital, qabaqcıl logistika və strateji marketinqin birləşməsi vasitəsilə uğurlu turizm strategiyalarını nümunə göstərir.

Dünyanın ən çox ziyarət edilən ölkəsi olan Fransa, turizm uğurlarının çoxunu yaxşı inkişaf etmiş infrastruktura, əlamətdar yerlərə və müxtəlif təkliflərə borcludur. Parisdəki şəhər turizmindən Bordodakı şərab turizminə və Fransız Rivierasının sahiləni görməli yerlərinə qədər, Fransa mədəni irsi regional inkişafı birləşdirir. Fransa hökuməti rəqəmsal transformasiya, davamlı təcrübələr və turizm innovasiyasına diqqət yetirərək "Destination France" kimi milli strategiyalar vasitəsilə turizmi dəstəkləyir [1].

İtaliya YUNESKO-nun Ümumdünya İrs Saytlarının geniş portfelindən istifadə edərək, mədəni və irs turizmində qlobal lider kimi özünü göstərmişdir. İtaliyanın strategiyası dövlətin rəhbərlik etdiyi qorunma səylərini özəl sektorun iştirakı, regional kimliklərin təşviqi və mədəni resurslardan davamlı istifadə ilə birləşdirir. Turizm yerli iqtisadiyyatlarda dərin kök salıb, integrasiya olunmuş nəqliyyat şəbəkələri və kulinariya turizmi, incəsənət və modaya güclü vurğu ilə dəstəklənir [7].

Birləşmiş Ştatlar turizmin regional və dövlət səviyyəsindəki təşəbbüslər vasitəsilə təşviq edildiyi bazara əsaslanan modeli qəbul edir. "ABŞ brendi" kampaniyası ölkənin müxtəlifliyini nümayiş etdirir, daha uzun müddət qalmağı və təkrar ziyarətləri təşviq edir. Əsas strategiyalara milli parklara sərmayə qoyuluşu, viza rejiminin sadələşdirilməsi proqramları və az öyrənilmiş istiqamətləri təşviq etmək üçün hava yolları və media ilə əməkdaşlıq daxildir. Üstəlik, ABŞ yüksək səviyyəli infrastruktur və xidmət standartları ilə dəstəklənən biznes və tibbi turizmdə üstündür.

Bu nümunələr, inkişaf etmiş iqtisadiyyatlarda turizmin inkişafının brendinq, siyasətin koordinasiyası, infrastruktura sərmayə qoyuluşu və ziyarətçi təcrübəsini artırmaq üçün rəqəmsal alətlərin və məlumat analitikasının integrasiyasından necə asılı olduğunu nümayiş etdirir.

İnkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar turizmi iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi, yoxsulluğun azaldılması və mədəni diplomatiya aləti kimi getdikcə daha çox qəbul edirlər. Tayland, Türkiyə və Kosta Rika kimi ölkələr öz unikal kontekstlərinə uyğun innovativ və adaptiv turizm strategiyaları haqqında fikirlər təklif edirlər.

Tayland qonaqpərvərliyi, mənəvi turizmi və rifahı vurğulayaraq uğurla özünü "Gülüm-səmələr ölkəsi" adlandırdı. Onun "Heyrətləndirici Tayland" kampaniyası rəqəmsal marketinqi mədəni hekayətlə birləşdirir və ölkə sərfəli, yüksək keyfiyyətli səhiyyə xidmətləri təklif edən tibbi turizm üçün qlobal mərkəzə çevrilib. Tayland həmçinin orijinal təcrübələr təqdim edərkən yerli əhalini cəlb edərək və ənənələri qoruyaraq icma əsaslı turizmi təşviq edir [10].

Türkiyə Şərqlə Qərbi birləşdirən aparıcı turizm məkanına çevrilmək üçün strateji mövqeyindən və tarixi zənginliyindən istifadə edib. Türkiyənin turizm strategiyası tarixi turizmi

(İstanbul, Efes), dini turizmi və sahil istirahətini (Antalya, Bodrum) hökumətin rəhbərlik etdiyi infrastruktur inkişafı ilə birləşdirir. COVID-19 pandemiyası zamanı və ondan sonra Türkiyə sağlamlıq və gigiyena standartlarını təyin edərək, bir çox rəqibləri qabaqlayaraq beynəlxalq ziyarətçilərə yenidən açılmağa imkan verən “Təhlükəsiz Turizm Sertifikatlaşdırma Proqramı”-na başladı.

Kosta Rika ekoturizm və biomüxtəlifliyə əsaslanan turizmdə qabaqcıl rolu ilə seçilir. Torpaqlarının 25%-dən çoxunun qorunan ərazilər kimi təyin olunduğu ölkə mühafizə, icmanın səlahiyyətlərinin artırılması və təhsilə sərmayə qoyarkən az təsirli turizmi təşviq edir. Kosta Rikanın strategiyası karbon neytrallığına, vəhşi təbiətin qorunmasına və onun mədəni və ekoloji etikasını əks etdirən güclü “Pura Vida” brendinə diqqət yetirir [5, s.71]. Bu yanaşma Kosta Rikanı digər inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar üçün yaşıl turizm modeli kimi yerləşdirmişdir. Bu nümunələr yaradıcılıq, siyasətə cavabdehlik və davamlılığın inkişaf etməkdə olan ölkələrə mədəni və təbii irsi qoruyarkən qlobal ziyarətçiləri cəlb etməyə necə kömək edə biləcəyini göstərir.

Davamlı turizm və təyinat brendi getdikcə milli turizm strategiyalarının mərkəzinə çevrilir. Effektiv brendinq loqo və şüarlardan kənara çıxır - bu, təyinatın şəxsiyyəti və dəyərlərinə uyğun gələn ardıcıl povestin yaradılmasını əhatə edir.

Diqqətəlayiq hallardan biri “100% Saf Yeni Zelandiya” kampaniyası vasitəsilə özünü uğurla təbliğ edən Yeni Zelandiyadır. Bu brend güclü ekoloji siyasətlər və yerli Maori mədəniyyətinin təbliği ilə dəstəklənən davamlılıq mesajı ilə ölkənin təmiz mənzərələrini birləşdirir. Yeni Zelandiya turizmin inkişafı ilə təbiətin qorunmasının maliyyələşdirilməsini əlaqələndirir, turizmin inkişafının həm ziyarətçilərə, həm də yerli ekosistemlərə fayda verməsini təmin edir.

Digər bir hal “yüksək dəyərli, aşağı həcmli” turizm modelini izləyən Butandır. Tənzimlənən viza siyasətləri və məcburi minimum gündəlik xərclər vasitəsilə Butan yüksək gəlir və mədəniyyətin qorunmasını təmin etməklə yanaşı, kütləvi turizmi məhdudlaşdırır. Turizm iqtisadi fəaliyyətləri rifah, mədəniyyət və ətraf mühitin mühafizəsi ilə uyğunlaşdıran Ümumi Milli Xoşbəxtlik (GNH) fəlsəfəsi çərçivəsində qurulmuşdur [9, s.115].

Sloveniya həmçinin dayanıqlı təyinat brendinin nümunəvi nümunəsini təqdim edir. “Sloveniya Turizminin Yaşıl Sxemi” vasitəsilə ölkə istiqamətlər, yaşayış yerləri və attraksionlar üçün yaşıl sertifikatları təbliğ edir. Sloveniyanın ekoloji göstəricilərin turizmin inkişafı planına inteqrasiyası onu Avropanın ən yaşıl ölkələrindən biri kimi qlobal şəkildə tanınmasını təmin etmişdir.

Bu nümunə araşdırmaları göstərir ki, orijinal brendinq və davamlılıq təkcə uyğun deyil, həm də bir-birini gücləndirir. Ekoloji və mədəni bütövlüyə üstünlük verən istiqamətlər məsuliyyətli səyahətçiləri cəlb edir, daha güclü reputasiya qazanır və uzunmüddətli rəqabət qabiliyyətinə malikdir.

AUDİT 2025, 2 (48), səh. 128-136.
 AUDIT 2025, 2 (48), pp. 128-136.
 АУДИТ 2025, 2 (48), стр. 128-136.

Cədvəl 2.

Turizmin Müqayisəli İnkişafı Təcrübələri

Ölkə	Əsas Turizm Strategiyası	Görkəmli Güc
Fransa	Milli brendinqlə mədəni və çoxşaxəli turizm ("Destination France")	Ziyarətçilərin sayında və mədəni turizmdə global lider
İtaliya	Regional təbliğat ilə irs və kulinariya turizmi	"Zəngin irs və incəsənət, integrasiya olunmuş yerli iqtisadiyyatlar"
Amerika Birləşmiş Ştatları	"Bazar yönümlü, dövlət tərəfindən idarə olunan brendinq ("Brend ABŞ") və infrastruktur"	Müxtəlif turizm təklifləri və güclü daxili bazar
Tayland	Güclü rəqəmsal kampaniyalarla sağlamlıq və tibbi turizm	Əlverişli səhiyyə xidməti və orijinal yerli təcrübələr
Türkiyə	"Təhlükəsiz Turizm Sertifikatı" ilə tarixi və sahil turizmi	Strateji yerləşmə və mədəni-tarixi cazibə
Kosta Rika	Güclü mühafizə siyasəti ilə ekoturizm və biomüxtəliflik	Biomüxtəlifliyə əsaslanan turizm və ekotimadnamələr
Yeni Zelandiya	'100% Saf Yeni Zelandiya' ekobrendinq və yerli təbliğat	Davamlılıqla əlaqəli milli brendinq
Butan	"Yüksək dəyər, aşağı həcm" modeli Ümumi Milli Xoşbəxtliyə bağlıdır"	Turizm rifah və mədəni dəyərlərlə əlaqələndirilir
Sloveniya	Yaşıl sertifikatlar və davamlı turizmin inkişafı planlaması	Avropada davamlı turizm modeli

Mənbə: İnternet resursları əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Qlobal turizmin inkişafı təcrübələrinin müqayisəli təhlili vurğulayır ki, turizmdə uğur hər hansı bir modelə məhdudlaşmır, kontekstdə xüsusi strategiyalar, innovasiyalar və effektiv idarəetmə ilə formalaşır. Fransa, İtaliya və ABŞ kimi inkişaf etmiş ölkələr irsin mühafizəsi, infrastruktur və brendinq vasitəsilə üstündür, Tayland, Türkiyə və Kosta Rika kimi inkişaf etməkdə olan iqtisadiyyatlar isə innovasiya, ictimaiyyətin iştirakı bazar inkişafını nümayiş etdirir.

Davamlı turizm və təyinat markası uzunmüddətli turizm uğurunun sütunları kimi xidmət edir. İstər Kosta Rikada eko-turizm, istər Butanda mədəni immersiya, istərsə də Sloveniyada yaşıl innovasiya vasitəsilə turizmin gələcəyi insanları və planeti qoruyarkən dəyər yaratmaqdan keçir. Turizm sektorlarını gücləndirməyi hədəfləyən ölkələr rəqabətə davamlı, inklüziv və davamlı istiqamətlər yaratmaq üçün bu global təcrübələrdən dəyərli dərslər çıxara bilərlər.

Y E K U N

Son onilliklər ərzində qlobal turizmin inkişafı davamlı və rəqabətə davamlı turizm sektorlarını inkişaf etdirmək üçün yerli və milli hökumətlərin qəbul edə biləcəyi dəyərli dərslər yaradıb. Ən yaxşı beynəlxalq təcrübələrdən əsas tövsiyə turizmin inkişafını daha geniş iqtisadi,

AUDİT 2025, 2 (48), səh. 128-136.

AUDIT 2025, 2 (48), pp. 128-136.

АУДИТ 2025, 2 (48), стр. 128-136.

sosial və ekoloji məqsədlərlə uyğunlaşdıran hərtərəfli və uzunmüddətli milli turizm strategiyasının formalaşdırılmasıdır. Məsələn, Fransanın “Destination France” planı və Yeni Zelandiyanın “100% Saf Yeni Zelandiya” kampaniyası davamlılığı və mədəni kimliyi gücləndirməklə yanaşı, milli brendinq strategiyalarının ziyarətçilərin marağını necə artırma biləcəyini əks etdirir.

Digər vacib siyasət dərsi maraqlı tərəflərin əməkdaşlığının vacibliyidir. Uğurlu turizm modelləri dövlət qurumları, özəl sektor, vətəndaş cəmiyyəti və yerli icmalar arasında əməkdaşlığı nəzərdə tutur. Bu, Kosta Rikanın eko-turizm çərçivəsində özünü büruzə verir, burada ətraf mühit agentlikləri, turoperatorlar və yerli sakinlər biomüxtəlifliyi qorumaq və orijinal təcrübələr təqdim etmək üçün birlikdə işləyirlər. Bundan əlavə, infrastruktur sərmayəsi və potensialın yaradılması vacibdir. Bir çox uğurlu istiqamətlər nəqliyyat əlaqəsi, rəqəmsal hazırlıq, işçi qüvvəsinin inkişafı və turizm xidmətlərinin keyfiyyətinə üstünlük verib. Məsələn, Birləşmiş Ştatlar möhkəm nəqliyyat sistemləri və bazara əsaslanan innovasiyalar vasitəsilə turizmi dəstəkləyir, Tayland isə məqsədyönlü investisiya və təşviq vasitəsilə sağlamlıq və tibbi turizm mərkəzi kimi reputasiyasını inkişaf etdirmişdir.

Nəhayət, davamlı turizm siyasətləri - ətraf mühitin qorunmasına, məsuliyyətli istehlakə və yerli səlahiyyətlərə diqqət yetirmək - hər hansı bir turizmin inkişafı strategiyasında mərkəzi olmalıdır. Sloveniyanın yaşıl sertifikatdan istifadə etməsi və Butanın “yüksək dəyər, aşağı həcm” modeli dayanıqlılığa əsaslanan turizm çərçivələrinin aparıcı nümunələri kimi xidmət edir.

İSTİFADƏ EDİLMİŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Atout France. Destination France: A Plan for the Rebirth of French Tourism. 2021, <https://www.france.fr>
2. Butler R. Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1999, 1(1), 7–25.
3. Center for Analysis of Economic Reforms and Communication. Strategic Roadmap for the Development of Specialized Tourism in Azerbaijan. 2016
4. Goodwin H. The Challenge of Overtourism. Responsible Tourism Partnership. 2017
5. Honey M. Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? Island Press. 2008
6. Leiper N. Tourism Systems: An Interdisciplinary Perspective. Massey University. 1990
7. OECD. Italy Tourism Policy Review. OECD Publishing. 2019
8. Richards G. 2011 Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253.
9. Rinzin C., Vermeulen W. J. V., Glasbergen P. Ecotourism as a mechanism for sustainable development: The case of Bhutan. *Environmental Sciences*, 4(2), 2007, 109–125.
10. UNWTO. International Recommendations for Tourism Statistics. United Nations World Tourism Organization. 2020
11. WTTC. Travel and Tourism Economic Impact Report. World Travel & Tourism Council. 2019

AUDİT 2025, 2 (48), səh. 128-136.

AUDIT 2025, 2 (48), pp. 128-136.

АУДИТ 2025, 2 (48), стр. 128-136.

Ismailshah Aladdin Ismailov,

Ph.D. Student,

Azerbaijan Cooperation University

E-mail: ismayilshah.2777@gmail.com

© I.A. Ismailov, 2025

GLOBAL EXPERIENCE IN TOURISM DEVELOPMENT

ABSTRACT

The purpose of the research is to analyze successful international models and leading global practices in the field of tourism development, in order to identify effective strategies that can be adapted for the advancement of the tourism sector in various countries and regions.

The methodology of the research – the study employs comparative analysis of tourism policies, case studies, and statistical data from different countries to assess the effectiveness of development strategies.

The practical importance of the research – The results of the study provide valuable recommendations for policymakers, tourism planners, and stakeholders aiming to enhance the tourism potential of their countries by adopting proven international strategies and ensuring sustainable growth.

The results of the research – the research shows that countries implementing integrated public policies, maintaining strong infrastructure, fostering public-private partnerships, and adhering to sustainable tourism practices achieve significant progress and competitiveness in the tourism sector.

The originality and scientific novelty of the research – the novelty of the research lies in the comparative analysis of global tourism models and the proposal of adaptable strategies and policy frameworks to promote sustainable tourism growth in developing countries.

Keywords: tourism development, international best practices, destination management, public-private partnership, sustainable tourism.

*Исмаилов Исмаилиах Аладдин оглы,
докторант,
Азербайджанский Университет Кооперации
E-mail: ismayilshah.2777@gmail.com
© Исмаилов И.А., 2025*

МИРОВОЙ ОПЫТ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Р Е З Ю М Е

Цель исследования – анализ успешных международных моделей и передовой мировой практики в сфере развития туризма с целью выявления эффективных стратегий, которые могут быть адаптированы для совершенствования туристического сектора в различных странах и регионах.

Методология исследования – в работе использован сравнительный анализ туристической политики, кейсов и статистических данных разных стран для оценки результативности стратегий развития.

Практическая значимость исследования – результаты исследования представляют интерес для политиков, планировщиков в области туризма и других заинтересованных сторон, стремящихся улучшить туристический потенциал своих стран на основе успешных международных подходов и обеспечить устойчивое развитие.

Результаты исследования – показано, что страны, внедряющие комплексную государственную политику, обладающие развитой инфраструктурой, поддерживающие партнёрство между государственным и частным секторами и ориентирующиеся на принципы устойчивого туризма, добиваются значительного роста и повышения конкурентоспособности в сфере туризма.

Оригинальность и научная новизна исследования – заключаются в сравнительном анализе мировых туристических моделей и формулировании адаптируемых стратегий и политических рамок для стимулирования устойчивого роста туризма в развивающихся странах.

Ключевые слова: развитие туризма, международный опыт, управление туристическими направлениями, государственно-частное партнёрство, устойчивый туризм.

*Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur:
11.03.2025
Təkrar işlənməyə göndərilmişdir:
14.04.2025
Çapa qəbul olunmuşdur: 01.05.2025*

*Дата поступления статьи в
редакцию: 11.03.2025
Отправлено на повторную обработку:
14.04.2025
Принято к печати: 01.05.2025*

*The date of the admission of the article
to the editorial office: 11.03.2025
Send for reprocessing: 14.04.2025
Accepted for publication: 01.05.2025*