PARADIGMA, No.1, 2026, səh.85-93
https://doi.org/10.30546/30015.2026.01.01.2056

REGİONUN TURİZM CƏLBEDİCİLİYİNİN ARTIRILMASINDA BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏNİN TƏTBİQİ VƏ İNNOVATİV YANAŞMALAR

E.Q. Məmmədov, E.N. Nərimanov
Azərbaycan Universiteti, Ceyhun Hacıbəyli, 71, Bakı, Azərbaycan
e-mail: etibargdu9@gmail.com

Xülasə. Məqalədə regionun turizm cəlbediciliyinin artırılmasında beynəlxalq təcrübənin rolu və innovasiyalar araşdırılır. Uğurlu olan modellərin tətbiqi, rəqəmsal həllər və dayanıqlı inkişaf mexanizmləri təhlil olunur. Araşdırmanın nəticəsi olaraq rəqabət qabiliyyətli turizm məhsullarının yaradılması istiqamətində praktiki tövsiyyələr təqdim edilir, regional brendinqin gücləndirilməsi, insan kapitalının inkişafı və idarəetmədə innovativ yanaşmanın tətbiqi imkanları müəyyən edilir.

Açar sözlər: beynəlxalq təcrübə, smart tourism, turizm cəlbediciliyi, innovativ yanaşma, dayanıqlı turizm, region

Giriş

Turizm sektoru müasir dövrdə dünya iqtisadiyyatın ən dinamik inkişaf edən istiqamətlərindən biri hesab olunur. Xarici ölkələrinin təcrübəsi göstərir ki, turizm yalnız iqtisadi gəlir mənbəyi deyil, eyni zamanda regionların sosial, mədəni və ekoloji inkişafını stimullaşdıran strateji fəaliyyət sahəsidir. Regional səviyyədə turizmin inkişafı infrastrukturun yenilənməsi, məşğulluğun artırılması, yerli əhalinin rifahının yüksəldilməsi və investisiya mühitinin yaxşılaşdırılmasına mühüm təsir göstərir. Xüsusilə müasir dövrdə beynəlxalq təcrübələrin öyrənilməsi və innovativ yanaşmaların tətbiqi regionların turizm cəlbediciliyinin artırılmasında əsas həlledici amillərdən birinə çevrilmişdir.

Qloballaşma və rəqəmsallaşma şəraitində turizm bazarında rəqabət getdikcə güclənir. Turistlər artıq yalnız klassik istirahət formaları ilə kifayətlənmir, fərdiləşdirilmiş, rəqəmsal və ekoloji baxımdan dayanıqlı təcrübələr axtarırlar. Belə bir şəraitdə regionların turizm cəlbediciliyini artırmaq üçün ənənəvi yanaşmaların yerinə innovativ və inteqrasiya olunmuş idarəetmə mexanizmlərinə ehtiyac yaranır. Beynəlxalq təcrübədə bu məqsədlə “smart tourism”, “green tourism”, “destination branding” və “experience economy” kimi müasir konsepsiyalar uğurla tətbiq edilir. Məsələn, İspaniyanın Barselona şəhəri “ağıllı turizm” modeli ilə turistlərin davranışlarını real vaxtda analiz edərək xidmət keyfiyyətini artırır; Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində isə rəqəmsal marketinq və brendləşmə siyasətləri ölkəni dünyanın ən cəlbedici turizm məkanlarından birinə çevirib.

Azərbaycan və region ölkələri üçün bu təcrübələrin mənimsənilməsi və uyğunlaşdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Qarabağ, Şərqi Zəngəzur, Naxçıvan, Qəbələ, Şəki, Lənkəran və digər regionlarda mövcud təbii, mədəni və tarixi potensial beynəlxalq səviyyədə tanıdılmağa

layiqdir. Bu potensialın səmərəli reallaşdırılması üçün turizm siyasətində beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan innovativ yanaşmaların tətbiqi vacibdir. Burada əsas məqsəd regionların yalnız yerli deyil, həm də qlobal turizm bazarına inteqrasiyasını təmin etmək, xidmətlərin rəqabət qabiliyyətini yüksəltmək və turist məmnuniyyətini artırmaqdır.

Müasir dövrdə turizm sektorunun inkişafı təkcə infrastrukturla məhdudlaşmır; o, eyni zamanda texnoloji, sosial və ekoloji amillərin inteqrasiyasını tələb edir. Süni intellekt, böyük verilənlər (big data), mobil tətbiqlər, onlayn rezervasiya sistemləri və virtual reallıq kimi texnologiyalar turizm təcrübəsini köklü şəkildə dəyişdirir. Regionların bu texnologiyaları mənimsəməsi, yerli turizm məhsullarının rəqəmsal platformalarda tanıdılması və müasir marketinq strategiyalarının tətbiqi beynəlxalq turist axınının artmasına şərait yaradır.

Eyni zamanda, dayanıqlı turizm yanaşması da bu prosesin ayrılmaz hissəsidir. Ekoturizm, kənd turizmi, aqroturizm kimi istiqamətlərin inkişafı regionların iqtisadi canlanmasına, təbiətin mühafizəsinə və yerli icmaların sosial rifahına töhfə verir. Avropa İttifaqı və BMT-nin Dayanıqlı İnkişaf Məqsədlərinə (SDG) uyğun olaraq, turizm sektorunda balanslaşdırılmış inkişaf strategiyalarının hazırlanması vacibdir.

Təhlil

Regionun turizm cəlbediciliyinin artırılmasında beynəlxalq təcrübənin tətbiqi və innovativ yanaşmaların rolu çoxşaxəli və strateji xarakter daşıyır. Müasir qlobal turizm sistemində regionların uğuru onların təbii və mədəni potensialından daha çox, bu potensialın necə təqdim olunduğu və idarə edildiyi ilə müəyyən olunur. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, turizm məhsulunun formalaşması və tanıdılması prosesi yalnız fiziki infrastrukturun inkişafı ilə deyil, həm də idarəetmə, marketinq və texnoloji innovasiyalarla birbaşa bağlıdır. Məsələn, Avropa ölkələri regional turizmin inkişafında “Destination Management Organization” (DMO) modellərindən geniş istifadə edir. Bu qurumlar regionun brendləşməsi, turizm məhsullarının koordinasiyası və beynəlxalq bazarlara çıxışı üçün vahid idarəetmə mexanizmi yaradır.

Türkiyə, İtaliya və İspaniya kimi ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, turizm cəlbediciliyinin artırılması üçün mədəni irs və təbii resursların qorunması ilə yanaşı, onların müasir tələblərə uyğunlaşdırılması vacibdir. Bu ölkələrdə regionların fərqli kimliyi önə çıxarılır, hər bir bölgə öz turizm brendi ilə tanıdılır. Bu, həm turist axınını diversifikasiya edir, həm də yerli iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafına imkan yaradır. Məsələn, İtaliyanın Toskana bölgəsi “mədəni turizm və kənd həyatının harmoniyası”, Türkiyənin Kapadokya bölgəsi isə “unikal landşaft və tarixilik” brendləri ilə beynəlxalq səviyyədə tanınıb [1, s.23].

Azərbaycan üçün də bu təcrübə çox önəmlidir. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur kimi regionlarda yeni turizm infrastrukturunun formalaşması, mədəni irsin bərpası və ekoloji

turizmin təşkili beynəlxalq səviyyədə cəlbedici istiqamətlər ola bilər. Bu baxımdan, "ağıllı turizm" konsepsiyasının tətbiqi, rəqəmsal xidmətlərin genişləndirilməsi, onlayn tanıtım platformalarının yaradılması və turistlər üçün interaktiv marşrutların formalaşdırılması prioritet olmalıdır. Rəqəmsallaşma turizm bazarında şəffaflıq, səmərəlilik və müştəri məmnuniyyətini artıran əsas vasitə kimi çıxış edir.

Təhlil göstərir ki, turizm cəlbediciliyinin artımına təsir edən əsas amillərdən biri də innovativ yanaşmaların tətbiq dərəcəsidir. Bu istiqamətdə "smart tourism", "virtual reality tours" və "big data analytics" kimi texnologiyalar artıq bir çox ölkələrdə uğurla istifadə olunur. Məsələn, Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində turistlər mobil tətbiq vasitəsilə real vaxt rejimində marşrutlar qurur, İspaniyada isə turizm idarəetməsində süni intellekt analitikası vasitəsilə turist axınının planlaşdırılması həyata keçirilir. Belə təcrübələrin Azərbaycan regionlarında da tətbiqi mümkündür [3, s.7].

Digər mühüm məqam isə dayanıqlı turizm prinsipidir. Ekoturizm və kənd turizmi kimi istiqamətlər regionun həm iqtisadi, həm də ekoloji baxımdan inkişafına təkan verir. Bu sahədə beynəlxalq təşkilatların – Ümumdünya Turizm Təşkilatı (UNWTO), UNESCO və Avropa Şurasının – tövsiyələri vacib rol oynayır. Onların təcrübəsində yerli icmaların turizm fəaliyyətinə cəlb olunması, resursların səmərəli idarə olunması və sosial məsuliyyətin təmin olunması əsas prioritetlərdəndir.

Cədvəl 1 - regionların turizm cəlbediciliyinin artırılmasında müxtəlif ölkələrin tətbiq etdiyi beynəlxalq təcrübələrin müqayisəli təhlilini əks etdirir. Burada beş ölkə üzrə – İspaniya, Türkiyə, İtaliya, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri (BƏƏ) və Fransa – əsas turizm inkişaf modelləri, innovativ yanaşmalar və əldə olunan nəticələr göstərilmişdir.

İspaniya nümunəsində "Smart Tourism Destination" modeli xüsusilə diqqət çəkir. Bu model süni intellekt və rəqəmsal analitika vasitəsilə turist axınının idarə edilməsinə imkan verir. Barselona və Valensiya şəhərlərində tətbiq olunan bu sistem real vaxtda məlumat toplayaraq turistlərə fərdi xidmətlər təqdim edir. Bu, həm məmnuniyyət səviyyəsini, həm də resursların səmərəli istifadəsini artırır. Azərbaycan üçün bu təcrübə Bakı və Qəbələ kimi turizm mərkəzlərində rəqəmsal idarəetmənin tətbiqi baxımından faydalı ola bilər.

Cədvəl 1. Regionların turizm cəlbediciliyinin artırılmasında beynəlxalq təcrübələrin müqayisəli təhlili

Ölkə / Region	Tətbiq olunan yanaşma	Əsas innovativ xüsusiyyətlər	Nəticə və təsir	Azərbaycanın tətbiq imkanları
İspaniya (Barselona, Valensiya)	"Smart Tourism Destination" modeli	Süni intellektlə turist axınının analizi, mobil tətbiqlər vasitəsilə interaktiv turizm xidmətləri	Turist məmnuniyyətində 25%-lik artım, səmərəli resurs idarəçiliyi	Bakı, Qəbələ və Şəki kimi şəhərlərdə rəqəmsal turizm platformalarının qurulması
Türkiyə (Kapadokya, Antalya)	Regional brendləşmə və mədəni irs turizmi	Yerli mədəniyyətin qorunması, tematik marşrutlar, sosial media vasitəsilə tanıtım	İllik turist sayında 30% artım, mövsümi diversifikasiya	Qarabağ və Zəngəzurda "mədəni marşrutlar" və "heritage tourism" konsepsiyasının tətbiqi
İtaliya (Toskana)	Ekoturizm və kənd turizmi modeli	Yerli fermer təsərrüfatlarının turizm obyektlərinə inteqrasiyası	Yerli iqtisadiyyatda 20%-lik artım, əhalinin məşğulluğunun yüksəlməsi	Lənkəran və Şamaxı bölgələrində ekoturizm və aqroturizmin təşkili
BƏƏ (Dubai)	Rəqəmsal marketinq və "Experience Tourism"	Virtual reallıq turları, onlayn bilet sistemi, rəqəmsal brendləşmə	Turist axınında 40%-ə qədər artım, yüksək gəlirli bazar formalaşması	Azərbaycan üçün "Smart Tourism Portal" və 3D şəhər turları platformalarının yaradılması
Fransa (Provans)	Dayanıqlı turizm siyasəti	Ekoloji balansın qorunması, yerli icmaların iştirakı, yaşıl enerji istifadəsi	Regionun ekoturizm brendi kimi tanıdılması	Azərbaycanın dağ və meşə zonalarında "green tourism" strategiyasının tətbiqi

Mənbə: Müəllif tərəfindən beynəlxalq turizm təcrübələri və UNWTO hesabatları (2023–2024) əsasında tərtib edilmişdir.

Türkiyə təcrübəsində regional brendləşmə və mədəni irsin qorunması əsas istiqamət kimi çıxış edir. Kapadokya və Antalya bölgələri yerli mədəni dəyərlər və tarixi abidələr əsasında unikal turizm imici formalaşdırıblar. Sosial media və beynəlxalq tanıtım kampaniyaları sayəsində bu bölgələrdə illik turist axını əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Qarabağ və Zəngəzurda oxşar brendləşmə strategiyalarının tətbiqi Azərbaycanın mədəni irsini qlobal miqyasda tanıtmaq üçün effektiv ola bilər [4, s.20].

İtaliyanın Toskana regionunda tətbiq edilən ekoturizm və kənd turizmi modeli dayanıqlı inkişafın uğurlu nümunəsidir. Burada kənd təsərrüfatı, gastronomiya və mədəni dəyərlər birləşdirilərək turizm fəaliyyətinə inteqrasiya olunub. Bu yanaşma yerli iqtisadiyyata müsbət təsir göstərir, kənd əhalisinin məşğulluğunu artırır. Azərbaycanda Lənkəran, Şamaxı və Qax kimi bölgələrdə oxşar modelin tətbiqi kənd turizminin inkişafına mühüm təkan verə bilər.

BƏƏ-də (xüsusilə Dubayda) turizm rəqəmsallaşma və "Experience Tourism" konsepsiyası üzərində qurulub. Virtual reallıq turları, onlayn rezervasiya sistemləri və rəqəmsal marketinq vasitələri turistlərə fərdi təcrübə təqdim edir. Bu yanaşma turist axınında ciddi artım və yüksək gəlirli bazarın formalaşması ilə nəticələnib. Azərbaycan da bu istiqamətdə 3D şəhər turları və "Smart Tourism Portal" vasitəsilə öz turizm məhsullarını beynəlxalq səviyyədə təqdim edə bilər.

Fransa təcrübəsi dayanıqlı və ekoloji turizmin inkişafına yönəlib. Provans regionunda "green tourism" siyasəti çərçivəsində təbiətin qorunması, bərpa olunan enerjidən istifadə və yerli icmaların iştirakı təmin olunur. Bu model regionu ekoturizm brendi kimi tanıdıb və həm yerli əhali, həm də turistlər arasında ekoloji şüurun artmasına səbəb olub. Azərbaycanın dağ və meşə zonalarında belə yanaşmanın tətbiqi turizm inkişafı ilə yanaşı, ekoloji tarazlığın qorunmasına da xidmət edə bilər [7, s.15].

Beləliklə, cədvəldən göründüyü kimi, regionların turizm cəlbediciliyini artırmaq üçün beynəlxalq təcrübə üç əsas istiqamətdə birləşir: rəqəmsallaşma, brendləşmə və dayanıqlı inkişaf. Bu modellərin Azərbaycan şəraitinə uyğunlaşdırılması regional turizm siyasətinin səmərəliliyini yüksəldə, iqtisadi aktivliyi və mədəni tanıtımı gücləndirə bilər.

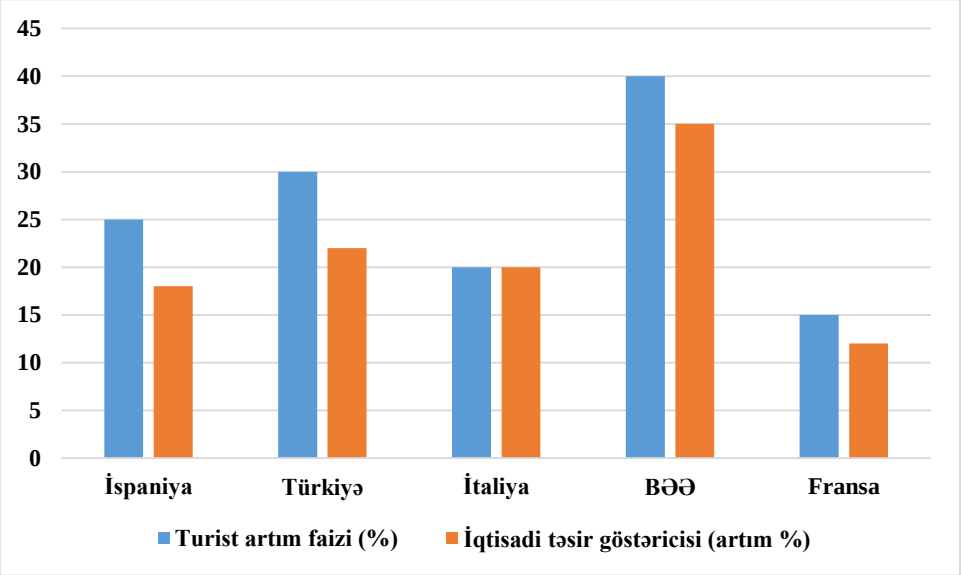
Qrafik 1-də müxtəlif ölkələrin turizm sektorunda beynəlxalq təcrübələrin tətbiqi nəticəsində əldə etdikləri artım göstəriciləri əks olunmuşdur. Müqayisəli təhlil göstərir ki, İspaniya, Türkiyə, İtaliya, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri (BƏƏ) və Fransa kimi ölkələrdə innovativ yanaşmaların və müasir idarəetmə modellərinin tətbiqi turizm sahəsində həm turist axınını, həm də iqtisadi təsir göstəricilərini əhəmiyyətli dərəcədə artırmışdır.

İspaniyada "smart tourism" modelinin tətbiqi turist artımında 25 faiz, iqtisadi təsirdə isə 18 faiz yüksəlişə səbəb olmuşdur. Bu nəticə rəqəmsal texnologiyaların və süni intellektin turizm idarəetməsində nə dərəcədə effektiv olduğunu göstərir. Türkiyədə mədəni brendləşmə və sosial media üzərindən marketinq siyasətləri nəticəsində turist sayında 30 faiz, iqtisadi gəlirlərdə isə 22 faiz artım qeydə alınıb. Bu, mədəni irsin qorunması ilə iqtisadi artım arasında qarşılıqlı əlaqəni sübut edir.

İtaliyada kənd və ekoturizm modelləri hesabına 20 faizlik turist artımı və eyni səviyyədə iqtisadi göstərici müşahidə olunur. Bu, dayanıqlı turizmin regional iqtisadiyyata real təsirini əks

etdirir. BƏƏ-də rəqəmsal marketinq, virtual turlar və "experience tourism" yanaşması ilə turist axını 40 faiz, iqtisadi təsir isə 35 faiz səviyyəsində artmışdır. Bu göstəricilər texnologiyaya əsaslanan turizm siyasətinin effektivliyini açıq şəkildə nümayiş etdirir.

Qrafik 1: Regionların turizm cəlbediciliyinə beynəlxalq təcrübələrin təsiri üzrə artım göstəriciləri (%)



Mənbə: Müəllif tərəfindən UNWTO (2023–2024), OECD Tourism Outlook (2024) və beynəlxalq təcrübələrin müqayisəli təhlili əsasında hazırlanmışdır.

Fransada ekoloji yönümlü "green tourism" strategiyası turist axınında 15 faiz, iqtisadi artımda isə 12 faiz nəticə vermişdir. Burada əsas məqsəd ekosistemin qorunması və yerli icmaların turizm fəaliyyətinə aktiv cəlb edilməsidir [8, s.19].

Nəticə

Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, regionların turizm cəlbediciliyinin artırılması yalnız infrastrukturun inkişafı və reklam tədbirləri ilə məhdudlaşmır, bu proses daha çox strateji idarəetmə, beynəlxalq təcrübənin mənimsənilməsi və innovativ yanaşmaların tətbiqi ilə sıx bağlıdır. Müasir dövrdə qlobal turizm bazarının rəqabət şəraiti sürətlə dəyişir və bu şəraitdə regionların uğuru onların yeni texnologiyaları, marketinq strategiyalarını və idarəetmə modellərini nə dərəcədə səmərəli inteqrasiya etməsindən asılıdır. Dünya ölkələrinin – xüsusilə İspaniya, Türkiyə, İtaliya, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Fransanın – təcrübələri sübut edir ki, turizmdə yenilikçi və kompleks yanaşmalar həm turist axınının, həm də iqtisadi gəlirlərin artmasına gətirib çıxarır.

Araşdırmadan aydın olur ki, "smart tourism" (ağıllı turizm) və "digital destination management" (rəqəmsal istiqamətlərin idarə olunması) kimi modellər regional turizmin idarə

edilməsində effektiv vasitələrdir. Bu modellər süni intellekt, böyük verilənlər (big data), mobil tətbiqlər və rəqəmsal analitika vasitəsilə turist axınını proqnozlaşdırmağa, xidmət keyfiyyətini yüksəltməyə və resursların səmərəli istifadəsini təmin etməyə imkan yaradır. Bu sistemlər yalnız texnoloji yenilik deyil, həm də idarəetmədə şəffaflığı və çevik qərarverməni təşviq edən vasitə kimi çıxış edir. Azərbaycan regionlarında belə bir yanaşmanın tətbiqi, xüsusilə Qarabağ və Şərqi Zəngəzur kimi yeni bərpa olunan ərazilərdə turizm siyasətinin əsas komponentlərindən birinə çevrilə bilər.

İkinci mühüm nəticə ondan ibarətdir ki, beynəlxalq təcrübələr turizm sektorunda brendləşmə strategiyalarının əhəmiyyətini vurğulayır. Türkiyənin Kapadokya, İtaliyanın Toskana və Fransanın Provans bölgələri kimi nümunələr göstərir ki, hər bir regionun özünəməxsus mədəni, təbii və tarixi dəyərləri əsasında turizm brendi formalaşdırmaq beynəlxalq bazarda tanınmaq üçün əsas şərtdir. Azərbaycanın zəngin mədəni irsi, unikal təbiəti və tarixi abidələri regionların brendləşməsi üçün geniş imkanlar yaradır. Bu məqsədlə "Destination Karabakh", "Discover Zangezur", "Eco Lankaran" kimi brend təşəbbüslərin yaradılması ölkənin beynəlxalq turizm imicinin formalaşmasına mühüm töhfə verə bilər.

Üçüncü nəticə innovativ yanaşmaların sosial və ekoloji aspektlərinə aiddir. Dayanıqlı turizm siyasəti təkcə iqtisadi fayda deyil, həm də ekoloji tarazlıq və sosial rifahın qorunmasını nəzərdə tutur. Beynəlxalq təşkilatların (UNWTO, OECD, UNESCO və s.) təcrübəsi göstərir ki, turizmin inkişafı yalnız təbiətin qorunması ilə deyil, eyni zamanda yerli icmaların turizm fəaliyyətinə cəlb edilməsi ilə həyata keçiriləndə davamlı nəticələr əldə olunur. Ekoturizm, kənd turizmi və aqroturizm kimi sahələr bu baxımdan həm regionun iqtisadi aktivliyini artırır, həm də kənd əhalisinin məşğulluq səviyyəsini yüksəldir. Azərbaycanın dağ, meşə və kənd ərazilərində bu modelin tətbiqi turizmin sosial məsuliyyətli və ekoloji baxımdan balanslaşdırılmış inkişafını təmin edə bilər.

Dördüncü mühüm nəticə rəqəmsal marketinqin və kommunikasiya texnologiyalarının rolu ilə bağlıdır. Müasir turistlər qərarlarını ən çox onlayn platformalar, sosial media və rəqəmsal təcrübələr vasitəsilə formalaşdırırlar. Bu səbəbdən, regionların cəlbediciliyinin artırılması üçün rəqəmsal ekosistemin formalaşdırılması vacibdir. Bura interaktiv veb-saytlar, mobil tətbiqlər, 3D virtual turlar, "smart guide" sistemləri və sosial media kampaniyaları daxildir. Belə alətlər təkcə turistləri məlumatlandırmaqla kifayətlənmir, həm də onların təcrübəsini fərdiləşdirir və müştəri məmnuniyyətini artırır.

Nəticə olaraq, regionun turizm cəlbediciliyinin artırılmasında beynəlxalq təcrübənin tətbiqi və innovativ yanaşmaların rolu çox mühümdür. Bu yanaşmaların Azərbaycan şəraitinə uyğunlaşdırılması ölkənin regional inkişaf strategiyalarında mühüm yer tuta bilər. Qarabağ və

Şərqi Zəngəzur kimi strateji ərazilərdə müasir turizm modellərinin qurulması, rəqəmsal idarəetmə sistemlərinin tətbiqi və dayanıqlı turizm prinsiplərinin həyata keçirilməsi həm iqtisadi, həm sosial, həm də ekoloji baxımdan yüksək nəticələr verə bilər.

Beləliklə, tədqiqatdan əldə olunan ümumi qənaət budur ki, beynəlxalq təcrübəyə əsaslanan, innovativ və dayanıqlı turizm idarəetməsi regional iqtisadi artımı gücləndirir, mədəni irsin qorunmasına xidmət edir və Azərbaycanın qlobal turizm bazarında rəqabət qabiliyyətini yüksəldir. Bununla yanaşı, bu yanaşmalar milli prioritetlər – iqtisadi şaxələndirmə, sosial rifah və yaşıl inkişaf – ilə tam uyğunluq təşkil edir və ölkənin 2030-cu ilə qədər olan dayanıqlı inkişaf strategiyasına real töhfə verir.

Ədəbiyyat siyahısı

1. World Tourism Organization. (2023). International Tourism Highlights: The impact of COVID-19 on tourism (2020–2022). UNWTO. səh. 23 https://voyagesafriq.com/wp-content/uploads/2023/09/Tourism_Highlights_2023.pdf?utm_source=chatgpt.com
2. World Tourism Organization. (2024). Tourism Visa Openness Report 2023. UNWTO. e-https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284425044
3. Tourism Watch — Quarterly Report: Q2 2023, (2023), Dünya Bankı & UNWTO. səh. 7 https://documents1.worldbank.org/curated/en/099629410302314502/pdf/IDU081e0f0b902dc304b0b09b780d549ef56a44d.pdf?utm_source=chatgpt.com
4. Proposal to measure tourism development within a destination and segment its different territories. (PMC / Open access). p. 1–20 https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10622626/?utm_source=chatgpt.com
7. El Archi, Y., Benbba, B., Nizamatdinova, Z., Issakov, Y., Vargáné, G. I., & Dávid, L. D. (2023). Systematic Literature Review Analysing Smart Tourism Destinations in Context of Sustainable Development: Current Applications and Future Directions. Sustainability, 15(6), 5086. https://www.mdpi.com/2071-1050/15/6/5086?utm_source=chatgpt.com
8. Ye B. H., & digərləri, (2020), Systematic Review of Smart Tourism Research. Sustainability, 12(8), 3401. https://www.mdpi.com/2071-1050/12/8/3401?utm_source=chatgpt.com
9. Lee, P. (2021). *Progress in Smart Tourism 2010-2017: A Systematic Literature Review*. Journal of Smart Tourism, 1(1), 19-30. ResearchGate
10. Shihata, Y., Gafaar, H., & Abdelsamie, H. (2020). *Practices of Tourism Innovation in Tourism Industry: The Case Study of Egypt*. Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City, 4(1/2).

https://www.researchgate.net/publication/343022438_Practices_of_Tourism_Innovation_in_Tourism_Industry_The_Case_Study_of_Egypt

11. "Driving digital transformation and business model innovation in tourism through innovation labs: An empirical study." (2024). https://www.researchgate.net/publication/384517984_Driving_digital_transformation_and_business_model_innovation_in_tourism_through_innovation_labs_An_empirical_study
12. "Innovation in the tourism industry: The case of Tourism." https://www.researchgate.net/publication/50299016_Innovation_in_the_Tourism_Industry_The_Case_of_Tourism

APPLICATION OF INTERNATIONAL EXPERIENCE AND INNOVATIVE APPROACHES IN INCREASING THE TOURISM ATTRACTIVENESS OF THE REGION

E.G. Mammadov, E.N. Narimanov
Azerbaijan University, Ceyhun Hajibeyli, 71, Baku, Azerbaijan
e-mail: etibargdu9@gmail.com

Abstract. The article examines the role of international experience and innovations in increasing the tourism attractiveness of the region. The application of successful models, digital solutions and sustainable development mechanisms are analyzed. As a result of the research, practical recommendations are presented for the creation of competitive tourism products, and opportunities for strengthening regional branding, developing human capital and applying innovative approaches in management are identified.

Keywords: İnternational experience, smart tourism, tourism attractiveness, innovative approach, sustainable tourism, region.