

MƏHƏMMƏD SÜLEYMANOV

AMEA Naxçıvan Bölməsi

E-mail: mahammad.suleymanov85@gmail.com

GASTRONOMİYA TURİZMİNİN NAXÇIVAN MUXTAR RESPUBLİKASINDA İNKİŞAF PERSPEKTİVLƏRİ

Məqalədə Naxçıvan Muxtar Respublikasında son dövrdə perspektivli sahə olan qastronomiya turizminin mövcud vəziyyəti və potensialından bəhs edilir. Hal-hazırda bir bölgənin mətbəxə bağlı xüsusiyyətləri turizm məhsulu olması baxımından əhəmiyyətli dərəcədə ön plana çıxır. Məqalədə qastronomiya turizmi təhlil olunmuş, inkişaf etmə səbəbləri və muxtar respublika ərazisində inkişaf perspektivləri araşdırılmışdır. Turistlərin seçdiyi ölkənin milli məbaxinin çeşidliliyi və fərqliliyinin əsas meyarlardan olduğunu nəzərə alaraq muxtar respublikada qastronomiya turizminin inkişafına dair təkliflər verilmişdir.

Açar sözlər: qastronomiya turizmi, milli mətbəx, turizmin inkişafı.

Gastronomiya turizm növü kimi yeni-yeni görünməyə başlasa da, əslində turizmin içində olan ən mühüm sektordür. Qastronomiyadan fərqli təcrübələr yaşatmaq, hörmət və status qazandırmaq, məhsul fərqləndirmək və turist üçün bölgəni digərlərindən daha cəlbədiçi göstərmək vəsitiyə olaraq istifadə edilir. Turizmin bu sahəsi yerli mətbəx məhsulları sayəsində mədəniyyətlərin bir-birini daha yaxşı tanımalarını təmin edir. Mədəniyyətin ən mühüm cəhətlərindən biri olan milli mətbəx, regiona məxsus yeməkləri və bölgənin xüsusiyyətlərini əks etdirir. Müasir zamanda insanları yalnız aclıq hissini aradan qaldırmaq üçün deyil, eyni zamanda yemək prosesində fərqli təcrübələr yaşamaq məqsədilə evlərdən kənarə yemək yeyirlər. Məsəlunən ehtiyacları iyerarxiyası bölgüsündən istifadə edərkən demək olar ki, yemək-içmək, insan ehtiyaclarının bütün mərhələlərində fərqli formalarda təzahür edir [7, s. 270]. Qastronomiya turistləri görməli yerlər, əyləncə və alış-veriş qədar cəlb etmək potensialına malik olan sahələrdən biridir və illərdir turizm sənayesi daxilində ortaya çıxmağa çalışın ən qabaqcıl namizəddir. Çünki, milli mətbəx turistlərin yeni və ekzotik yerləri tanıması üçün ən yaxşı yollardan biridir. Başqa bir ölkəni ziyarət edən insanların gözəllərini arasındə, yeni yerlər görmək və yeni mədəniyyətləri tanımaqla yanaşı, yeni dadlarla tanışlıq və müxtəlif təcrübələr yaşamaq arzusu da durur. Səyahət edərkən turistlərin demək olar ki, hər biri üçün qidalanmaq üçün ən əsas turistik fəaliyyətdən biridir. Aparılan araşdırmalar nəticəsində müxtəlif mətbəxlərin yeməklərini dadmağı arzulayan turistlərlə mədəniyyət, film festivalları və rekreasiya tədbirləri ilə maraqlanan turistlər arasında mütləq bir əlaqə olduğu ortaya qoyulmuşdur [5, s. 136]. Bu araşdırmalar sübut edir ki, turistlər hər hansı bir ölkənin və ya regionun muzeyləri, festivalları və sağlamlıq-borpa mərkəzləri ilə maraqlanırsa, həmçinin səyahət etdiyi ölkənin və ya regionun yerli qida və içkilərindən dadmaq arzusunda da olacaqdır.

Qastronomiya termini, yunanca “qaster” (mədə) və “nomas” (qanun) sözlərindən meydana gəlmişdir. Qastronomiya – ölkə və ya region mətbəxlərini bir-birindən ayıran,

bir ölkənin və ya ərazinin qidalarını və yemək hazırlama üsullarını ifadə edir [2, s. 33]. Başqa sözlə qastronomiya mədəniyyət və yemək arasındakı əlaqəni araşdırın elmdir. Aparılan ayrı-ayrı araşdırmalarda qastronomiya turizminin turizm təcrübəsinin ayrılmaz bir parçası olduğu və bəzi hallarda səyahət üçün əsas motiviyyəsi ola biləcəyi vurğulanır [4, s. 548]. Bir bölgənin yeməkləri turizm səfərləri və turistlərin yaşadığı gözəl anlar üzərində əhəmiyyətli təsirə malikdir. Turizm bazarında baş verən dəyişikliklər yerli dəyərləri ön plana çıxarmağa meyillidir. Müasir dövrdə turistlər getdiyi ölkə mədəniyyətinə uyğunlaşmağı sevan, mədəniyyətin bütün elementlərini görmək, öyrənmək və yaşamaq istəyən bir xüsusiyyətə malikdir. Bu səbəbdən ölkələr yerli dəyərlərini ön plana çıxararaq digər ölkələrdən fərqlərini ortaya qoymağa çalışır. Regional fərqliliyi vurğulamağın ən yaxşı yolu özünəməxsus ərzaq və içkilərin təqdim olunmasıdır. Dünya təcrübəsində qidalər ictimai, tarix və təbiətdən sonra dördüncü cazibədarlıq ünsürü olaraq müəyyənlanmışdır.

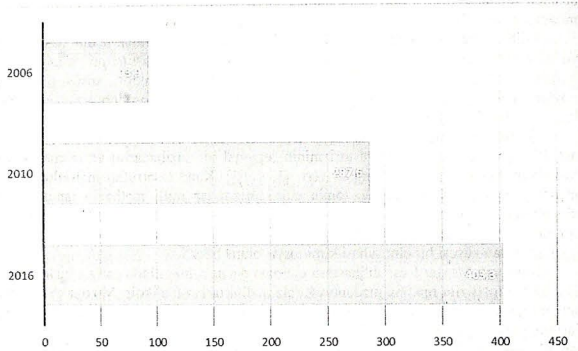
Milli mətbəxin turizm məqsədilə istifadəsini səciyyəyləndirmək üçün “qastronomiya turizmi”, “mətbəx turizmi”, “qidalanma turizmi” və “yeyinti turizmi” kimi anlayışlardan istifadə edilir [6, s. 38]. Bu turizmin əsas motiviyyəsi faktoru xüsusi bir yemək növünü dadmaq və ya bir yeməyin hazırlanmasını görmək məqsədilə ərzaq istehsalçıları, yemək festivallarını, restoranları və xüsusi sahələri ziyarət etməkdir.

Qastronomiya turizminin mənşəyi kənd təsərrüfatı, mədəniyyət və turizmə dayanır. Bu üç faktor, qastronomiya turizminin regional bir cazibədarlıq və təcrübə olaraq turistlərin diqqətini cəkməyə imkan verir [1, s. 63]. Kənd təsərrüfatı məhsulu yaradır, mədəniyyət-tarixi və orijinallığı təmin edir, turizm isə milli mətbəxin tanıdılmasına xidmət edir. Bütün bu faktorlar qastronomiya turizmi adı altında birləşir. Beləliklə, qastronomiya turizmi istifadə oluna biləcək bütün yemək içmək mədəniyyəti arasındakı əlaqəni araşdırın xüsusi bir elm sahəsi kimi təsvir oluna bilər.

Naxçıvan Muxtar Respublikasının mətbəxi ənənəvi ləzzətlərlə zəngin bir müxtəlifliyə malikdir. Bizim mətbəx mədəniyyətimiz qədim tarixə malikdir. Muxtar respublikamız ərazisində aparılan arxeoloji qazıntılar nəticəsində tapılan müxtəlif məişət əşyalarının, yemək qablarının olması da məhz qədim mətbəx mədəniyyətimizdən xəbər verir. Ekoloji təmizlik, günəş şüasının bolluğunun və digər amillərin təsiri nəticəsində yetişən meyvə, tərəvəz və digər məhsullar öz dadı və keyfiyyəti ilə fərqlənir [3, s. 4]. Bu də öz növbəsində həmin məhsullardan hazırlanan yeməklərin, cürbəcür mürəbbəllərin və şirniyyatların digər bölgələrdən fərqli və dadlı olmasına gətirib çıxarır. Mətbəximizə xas olan yeməklər – parça bozbaş, küftə bozbaş, çölmək pitisi, bozartma, çığırtma, dolma, kabab, xaş, əriştə, umac əşi, buğda unu və düyü unundan hazırlanmış halvalar, xəşil, quymaq və digər xəmir xörəklərdir. Kənd təsərrüfatında maldarlığın inkişafı sayəsində süd və süd məhsullarından da geniş istifadə olunur. Süd və süd məhsullarından sudaşı, bulama, qatıqçaş, qatıqlama, dovğa, ayrançaş, qurutçaş və digər yeməklər hazırlanır. Bütün türk dünyasında olduğu kimi milli yeməklərimiz içərisində “kabab”ın özünə məxsus yeri vardır. Kabab növlərindən lülə kabab, tika kabab, basdırma kabab, tava kabab, sacıçı və digər quyuq kababının adını çəkmək olar. Kabab qoyun və mal otından, quş otından, hətta bəzi balıq növlərindən də qəkilir. Yeməklərin şahı “plov” hesab edilir. Plov qədim zamanlardan süflərimizin bəzayı olmuşdur. Xalqımız xeyir və şəh işlərində yemək verilən zaman aş qazanları asılır və camaata plov verilir. Respublikamız ərazisində çoxlu sayda çay və göllərin olması müxtəlif növ balıq yeməklərindən də mətbəximizə daxil olmasına imkan yaratmışdır. Balıq yeməkləri içərisində balıq basdırması, balıq kababları, qızartmaları və baliqdan hazırlanan xaş məşhurdur. Yeməklərimizin dadlı olmasına duzun da rolu az deyildir. Xalqımız duzu müqəddəs və bərəkət məhsulu

olaraq dəyərlandırməmişdir. Belə ki, düz çörək kəşən iki insan bir-biri ilə dava-dalaş etməzdi. Qadim adətimize görə yeməkdən sonra süfrəyə çayla bərabər müxtəlif şirniyyat və mürəbbə çeşidləri verilir ki, yeiyən yeməyin həzminə kömək etsin.

Muxtar respublikanın mətbəx mədəniyyətini ən yaxşı tanıtmışa yönələn milli və beynəlxalq sahədə elmi konfranslar, festivallar və yarışlar təşkil olunması öz-özlüyündə qastronomiya turizminin inkişafına zəmin yaradır. Naxçıvan Muxtar Respublikasında keçirilən "Göycə", "Plov", "Naxçıvan çörəkləri", "Arıçılıq məhsulları – Bal", "Ailə təsərrüfatı məhsulları" festivalları Naxçıvan mətbəxinin və regional mətbəxinin tanıdılması üçün vacibdir. Təbii ki, bu da öz növbəsində turizmin inkişafına öz töhfəsini vermişdir. Aşağıdakı qrafikdə müxtəlif illərdə muxtar respublika ərazisinə gələn turistlərin sayı göstərilmişdir.



Şəkil. Naxçıvan Muxtar Respublikasına gələn turistlərin sayı (nəfər)

Mənbə: Naxçıvan MR dövlət statistika komitəsinin rəqəmləri əsasında müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Muxtar respublikamızda dayanıqlı və davamlı inkişaf nəticəsində turizm sənayesində son illərdə nəzərə çarpan dəyişikliklər baş verir. Muxtar respublikamızda 2006-cı ildə 93,9 min nəfər, 2010-cu ildə 287,6 min nəfər, 2016-cı ildə 403,3 min nəfər turist gəlmişdir. Müqayisəli təhlil nəticəsində turizmin inkişaf dinamikasını görmək olar. Muxtar respublikaya 2016-cı ildə gələn turistlərin sayı 2006-cı ilə müqayisədə 4,3 dəfə, 2010-cu ildə gələn turistlərin sayından isə 1,4 dəfə çox olmuşdur. Naxçıvan şəhərinin 2018-ci ildə İslam mədəniyyətinin paytaxtı elan olunması Naxçıvan Muxtar Respublikası haqqında dolğun məlumatların dünya ictimaiyyətinə çatdırılmasına və qastronomiya turizminin inkişafına geniş imkanlar yaradacaqdır.

Muxtar respublikamızın mədəniyyətinə xas olan misilsiz mətbəx dəyərlərinin və yemək hazırlama-bişirmə üsullarının qorunması diqqət mərkəzində saxlanılır. Bu məsələnin bariz nümunəsi kimi Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisinin Sədriin "Naxçıvan Muxtar Respublikasında Xalq yaradıcılığı günlərinin keçirilməsi haqqında" 7

fevral 2009-cu il tarixli Sərəncamına əsasən 2012-ci ildə Azərbaycan və ingilis dillərində nəşr olunan "Naxçıvan mətbəxi" kitabını göstərmək olar.

Son dövrlərdə turistlərin istirahət edəcəkləri yer seçimində bölgəyə xas olan milli yeməklər əhəmiyyət qazanmağa başlayıb. Bu səbəbdən əsrlərə dayanan muxtar respublika mətbəxinin qastronomiya turizmində özünə yer tapması vacibdir və regionda turizmin və növbənin inkişafına daha çox əhəmiyyət verilməlidir. Bu məqsəldə muxtar respublika mətbəxinin xüsusiyyətlərinin faydaları, digər mətbəxlərdən üstünlükləri ortaya qoyulmalıdır. Bu məsələdə turizm şirkətlərinin üzərinə böyük vəzifə düşür. Turizm sahəsində çalışan insanların doğru məlumat sahibi olması təqdimat baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Muxtar respublikamızda qastronomiya turizminin daha da inkişaf etdirilməsi və bu sahədən gələn gəlirlərin artırılması üçün aşağıdakı təklifləri vermək olar:

- milli yeməklərin reseptlərə uyğun hazırlanması və təqdimat xarakterli tədbirlərin keçirilməsi;
- turizm şirkətləri və tur operatorları tərəfindən hazırlanan turlarda bölgənin özünə xas yemək və içkiləri barədə turistlərə məlumat verilməsi;
- muxtar respublikamızın tanınması üçün iştirak edilən beynəlxalq sərgilərdə milli yeməklərin daha çox ön planda göstərilməsi;
- qastronomiya turizmi sahəsində peşəkar səviyyəli kadrların hazırlanması;
- xidmət sahəsi işçilərinin bu haqda geniş məlumat sahibi olması məqsədli ilə milli mətbəximiz mövzusunda təlimlər keçirilməsi;
- müxtəlif turist qruplarının xüsusiyyətlərini nəzərə alaraq milli yeməklərimizlə bağlı gözlənti və məmnuniyyətlərini ortaya çıxaran sorğuların keçirilməsi;
- qastronomiya turizminə dair təbii işlərin daha çox keçirilməsi;
- qastronomiya turizmi sahəsində dünya təcrübəsindən istifadə etməklə regionda turizmin inkişaf etdirilməsi.

Dünya təcrübəsində qastronomiya turizmi sahəsi əldə edilən gəlirə görə iqtisadiyyatda əhəmiyyətli yeri malikdir. Əldə edilən gəlirdə artımın təmin olunması turistlərin səyahətlərində məmnunluq dərəcəsinin yüksək olduğu zaman mümkün olur. Turistlərdə məmnunluq hissinin yaranması isə xidmətin keyfiyyətinə bağlıdır. Xidmətin keyfiyyətli olması xidmət sektorundakı işçilərin təhsil səviyyəsi ilə düz mütənəsibdir və beləliklə verilən təkliflərdən istifadə edilməsi muxtar respublikamızda turizmin inkişafına səbəb ola bilər. Digər turizm fəaliyyətlərindən fərqli olaraq qastronomiya turizmi bütün il boyu təbii edilmə xüsusiyyətini daşıdığına görə bu sahənin iqtisadiyyatın inkişafına təsiri əvəz olunmazdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Cömert M., Özkaya D.F. Gastronomi turizmində Türk mətbəxinin önemi // Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2014, № 2. s. 62-66.
2. Gülen M. Gastronomi turizm potansiyeli və geliştirilmesi kapsamında Afyonkarahisar ilinin değerlendirilmesi // Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2017, № 1, s. 31-42.
3. Naxçıvan Muxtar Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Naxçıvan mətbəxi. Naxçıvan: Əcəmi, 2012, 356 s.
4. Fox R. Reinventing. The Gastronomic Identity Of Croatian Tourist Destinations // Hospitality Management, 2007, № 26, s. 546-559.
5. Boyne S., Hall D., Policy F.W. Support and Promotion for Food-Related Tourism Initiatives // Journal of Travel & Tourism Marketing, 2003, № 14, s. 131-154.

6. Sormaz Ü. Gastronomi Turizmi Bağlamında Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Tutumu // Journal of Current Researches on Social Sciences 2017, № 7, s. 37-58.
7. Vəliyev T.S., Babayev Ə.P., Meybullayev M.X. İqtisadi nəzəriyyə. Bakı: Çapaşlođlu, 2001, 691 s.

Магомед Сулейманов

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В НАХЧЫВАНСКОЙ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

В статье говорится о существующем положении и потенциале гастрономического туризма, ставшего в последнее время перспективной отраслью. В настоящее время на первый план в качестве продукта туристической отрасли выходят особенности национальной кухни определенной области. В статье исследуется гастрономический туризм, причины его развития, а также перспективы развития на территории автономной республики. Учитывая, что основным фактором выбора стран является разнообразие национальной кухни, даны рекомендации по развитию гастрономического туризма автономной республики.

Ключевые слова: *гастрономический туризм, национальная кухня, развитие туризма.*

Mahammad Suleymanov

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM IN THE NAKHCHIVAN AUTONOMOUS REPUBLIC

The paper refers to the current situation and potential of gastronomic tourism, which has recently become a promising industry. At present, the peculiarities of the national cuisine of a certain region come to the fore as a product of the tourism industry. The paper explores gastronomic tourism, the reasons for its development, as well as the prospects for development on the territory of the autonomous republic. Taking into account that the main factor in choosing countries is the diversity of national cuisine, recommendations are given on the development of gastronomic tourism of the autonomous republic.

Keywords: *gastronomic tourism, national cuisine, tourism development.*

(İqtisadi üzrə elmlər doktoru, professor Ağarza Rüstəmov tərəfindən təqdim edilmişdir)