



JATOR

e-ISSN: 2717-8951

Journal of Applied Tourism Research

Online, <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jator>

Volume: 5(1), 2024



Bakü'deki kültür turizminin mevcut durumu ve potansiyelinin belirlenmesi¹

Determining the current situation and potential of cultural tourism in Bakü

Nijat Huseynli¹, Derya Toksöz²

¹Bilim Uzmanı,, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, Isparta/Türkiye, e-mail: yl2130692006@isparta.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2336-6679>

²Dr. Öğr. Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Isparta/Türkiye, e-mail: deryakilic@isparta.edu.tr, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3170-6076>

Makale Bilgisi	Öz
<p>Araştırma Makalesi</p> <p>Gönderilme: 20 Aralık 2023 Düzeltilme: 14 Nisan 2024 Kabul: 22 Nisan 2024</p> <p>Anahtar kelimeler: Turizm Kültür turizmi Bakü Turistik ürün</p>	<p>Azerbaycan ekonomisinin temelini petrol ve gaz sektörleri oluşturmaktadır. Son dönemlerde tarım ve turizm sektörlerine önem verilerek alternatif sektörlerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Böylece turizmin ekonomik katkısının yanı sıra ülke tanıtımının da güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Turistlerin en çok ziyaret ettiği noktalardan başkent Bakü gerek doğal gerek kültürel çekicilikleri ile kültür turizmi kapsamında önemli bir turistik potansiyele sahiptir. Yürütülen çalışmada, Bakü'nün kültür turizmi potansiyelini ortaya koymak ve bu konuda öneriler sunmak amaçlanmıştır. Çalışmanın verileri, Bakü'de kamu ve özel sektörde çalışan ve konu ile ilgili bağlantısı olan kişilerden yüz-yüze görüşme yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Daha sonra içerik analizi metodu kullanılarak veriler öz ve daha sistematize hale getirilerek tablollaştırılmıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların çoğunluğu Bakü'nün kültür turizmi bağlamında oldukça geniş kapsamda bir zenginliğe sahip olduğunu ancak bu potansiyelin geliştirilmesinin önünde bazı engeller olduğunu belirtmiştir. Söz konusu engeller arasından tanıtım sorunu, turistik ürün çeşitlendirmesi ve kalifiyeli eleman eksikliği, öne çıkmaktadır. Çalışma sonuçlarının hem literatüre hem de Azerbaycan turizmine katkı sunacağı düşünülmektedir.</p>
Article Info	Abstract
<p>Research Article</p> <p>Received: 20 December 2024 Revised: 12 April 2024 Accepted: 17 April 2024</p> <p>Keywords: Tourism, Cultural tourism Baku Touristic product</p>	<p>Oil and gas sectors constitute the basis of Azerbaijan's economy. Recently, it is aimed to develop alternative sectors by giving importance to agriculture and tourism sectors. Thus, in addition to the economic contribution of tourism, it is aimed to strengthen the promotion of the country. Baku, one of the most visited destinations by tourists, has an important touristic potential within the scope of cultural tourism with its natural and cultural attractions. In this study, it is aimed to reveal the cultural tourism potential of Baku and to provide suggestions on this issue. The data of the study were collected by using face-to-face interview method from people working in the public and private sectors in Baku and who are related to the subject. Then, by using content analysis method, the data were summarised, systematised and tabulated. As a result of the study, the majority of the participants stated that Baku has a wide range of richness in terms of cultural tourism, but there are some obstacles to the development of this potential. Among these obstacles, the problem of promotion, diversification of touristic products and lack of qualified personnel come to the fore. It is thought that the results of the study will contribute to both the literature and Azerbaijan tourism.</p>

Kaynak gösterimi: Huseynli, N. & Toksöz, D. (2024). Bakü'deki kültür turizminin mevcut durumu ve potansiyelinin belirlenmesi. *Journal of Applied Tourism Research*, 5(1), 1-13.

¹ Bu makale, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD programında 2023 yılında tamamlanan yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Giriş

Değişen yaşam şartlarıyla beraber tüketicilerin istek ve beğenilerinin de farklılaştığı görülmektedir. Söz konusu durum şüphesiz turistleri de etkilemektedir. Değişen turistik talebin karşılanabilmesi için turistik ürünün çeşitlendirilmesi gerekmektedir. Turistik talebin hızlı bir şekilde değişmesi, turistik ürünlerin de değişmesine ve çeşitlenmesine yol açmıştır. Turizm sektörü yapısı gereği her kesime hitap etmesi gerektiğinden oldukça geniş yelpazede ürün sunumu gerçekleştirmektedir. Çünkü, bireylerin seyahat nedenlerinde ve beklentilerinde farklılıklar görülebilmektedir. Örneğin, bazı insanlar farklı kültürleri keşfetme eğilimindeyken bazı insanlar ise önemli bir spor müsabakasını izlemek için seyahat edebilmektedir. Bu sebeple farklı turist karakterlerine göre farklı turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır (Kozak, 2008, s. 30). Söz konusu turizm çeşitleri içerisinde kültür turizmi uzun yıllardır önemini koruyan ve tüm dünyada yaygın olan bir turizm türüdür.

Kültür ve turizm her zaman ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olmuştur. Kültürel manzaralar, turistik yerler ve etkinlikler seyahat için önemli bir motivasyon unsuru olmaya devam etmektedir. Ancak kültür ve turizm arasındaki bağlantının belirli bir tüketim biçimi olarak daha açık bir şekilde tanımlanması ancak son yıllarda “kültür turizmi” kavramıyla gerçekleşmiştir (Richards, 2018, s. 12). Kültür turizminin ülkeler için olumlu etkileri günümüzde yaygın olarak kabul edilmektedir. Kültür turizminin en avantajlı yönlerinden biri destinasyonlar/ülkeler için ekonomik gelişme veya yenilenme aracı olarak kullanılmasıdır (Richards, 2003). Kültür turizmi, şehir merkezlerinin yeniden canlandırılmasına, mevcut kültürel tesislerin geliştirilmesine, yeni kültürel merkezlerinin oluşturulmasına, şehirlerin diğer alanlarda öne çıkmasına ve şehir imajlarının değiştirilmesine temel oluşturabilmesi nedeniyle birçok kentsel dönüşüm stratejisinin merkezine yerleştirilmiştir (Herrero ve ark., 2006). Ülkelere yönelik yatırımların kazandırılmasında önemli bir turizm türü olan kültür turizmi, Azerbaycan gibi gelişmekte olan ülkeler için de kayda değer gelişim fırsatlarını içermektedir. Eşsiz bir turizm potansiyeline sahip olan Azerbaycan’ın turizmden elde ettiği gelirin ülke ekonomisine katkı sağladığı bilinen bir gerçektir. Ancak, ülkenin kültür turizmi bağlamında hala istenen noktada olmadığı kabul edilmektedir (Khalilova, 2008; Seferov ve Hesenov, 2006). Bu bağlamda, Azerbaycan turizmi, son yıllarda kaydettiği büyük gelişimler ve yatırımlar neticesinde gelişmeye devam etmektedir. Azerbaycan’ın kültür ve turizm potansiyelini ortaya çıkararak tanıtımını yapmak, ülkeye petrol dışında başka sektörden döviz girdisi sağlamak, istihdamı ve yatırım imkanlarını artırmak, turizmde iç ve dış pazar dengesini sağlamak, ülke turizmini daha sağlıklı bir yapıya kavuşturmak amacıyla kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları, işbirliği içinde faaliyetlerini yürütmektedir.

Yürütülen araştırmanın amacı, Bakü’nün sahip olduğu kültür turizmi potansiyelini ortaya çıkararak/araştırarak bölgede kültür turizminin gelişimi için öneriler sunmaktır. Aynı zamanda literatürde Bakü’nün kültür turizmi potansiyeline dair güncel çalışma olmaması araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır.

1.Kavramsal Çerçeve

Önemli turizm çeşitlerinden biri olan kültür turizmi her geçen yıl önemini korumaya devam etmektedir. Kültür kavramı kendi içerisinde oldukça geniş bir anlamı içermekte olup somut ve soyut değerlerin bütünü temsil etmektedir. Söz konusu değerler, bölgede yaşayan insanların yaşam şekilleri, bölgede yer alan tarihi mekânlar ve alanlar, sanat eserlerinin sergilendiği müzeler, düzenlenen etkinlikler, festivaller gibi unsurları kapsamaktadır. Kültür turizmi, kültürel açıdan farklılık arz eden yöreleri görmek, etnik yaşam biçimlerini gözlemlemek, geçmiş kültürlere ait tarihi ve/veya sanatsal eserleri gezip görmek gibi faaliyetleri içermektedir (Eser ve ark., 2010). Kültür kavramı oldukça geniş bir anlamı barındırdığı için kültür turizmine yönelik yapılan tanımlar da epey çeşitlilik göstermektedir. Kültür turizmine dair geçen zaman içerisinde birçok tanım denemeleri yapılmıştır. Dünya Turizm Örgütü’nün kültür turizmine yönelik güncel tanımlaması ve açıklaması şu şekildedir “Ziyaretçinin temel motivasyonunun bir turizm destinasyonundaki somut ve somut olmayan kültürel çekicilikleri/ürünleri öğrenmek, keşfetmek, deneyimlemek ve tüketmek olduğu bir turizm faaliyeti türüdür. Bu çekicilikler/ürünler, sanat ve mimari, tarihi ve kültürel miras, mutfak mirası, edebiyat, müzik, yaratıcı endüstriler ve yaşam tarzları, değer sistemleri, inançları ve gelenekleri ile yaşayan kültürleri kapsayan bir toplumun ayırt edici maddi, entelektüel, manevi ve duygusal özellikleri ile ilgilidir.” (UNWTO, 2017, s. 18). Bu yeni tanım, çağdaş kültür turizminin yalnızca alanlar ve anıtlarla değil, aynı zamanda yaşam biçimleri, yaratıcılık ve 'gündelik kültür' ile ilgili olan çok daha geniş doğasını doğrulamaktadır. UNWTO (2018) raporunda da vurgulandığı üzere kültür turizmi alanı klasik Batı'nın somut mirasına yapılan önceki vurgudan, dünyanın her köşesindeki çeşitli kültürel pratiklerin çok daha geniş ve kapsayıcı bir alanına doğru ilerleme göstermiştir.

Kültür turizmi, turistin ülkenin ya da bölgenin kültürü ile özellikle o bölgede yaşayan bireylerin yaşam şekliyle, toplumun tarihi, sanatı, dini, mimari unsurların şekillenmesine yardımcı diğer faktörlerle alakalı turizmin alt kümesi olduğu belirtilebilir (Karimov, 2020, s. 5). Kültür turizmi, bir toplumun kültürel mirasını, yapılarını ve anıtlarını

yerinde görebilmek, toplumun kültürel değerleri ile yaşam şeklini keşfedebilmeyi sağlayan bir turizm türüdür. Böylece yöredeki toplumu farklı bir gözle tanımaya çalışması gibi değerlerini de bünyesinde barındıran, böylesi değerleri deneyimleyebilmek adına seyahatler yapan ve ziyaret edilen destinasyonlarda turistik hizmet ve ürünlerden faydalanmayı kapsayan turizm türüdür (Keleş, 2020).

Kültür turizmi, bireylerin kültürel bakımdan zengin yerleri görmek, gün geçtikçe kaybolan yaşam şekillerini izleyip öğrenmek, kültürel değerleri bir anı şeklinde korumak için gerçekleştirilen gezilerle alakalı turizm çeşidi şeklinde ifade edilmektedir. Bilhassa geziye katılan bireyler kırsal yerleşim alanlarına gitmek, yöresel yemekleri tatmak, halk gösterilerini izlemek, eski el sanatlarını görmek ve festivallere katılmak gibi turistik talepte buldukları bilinmektedir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008). Kültür turizminin ülkeler için faydaları şu şekilde ifade edilmektedir (Dinçer ve Ertuğrul, 2000, s. 70):

- Turist tecrübelerine artı değer kazandırılıp kaliteli ve kolay bir şekilde turistlerle iletişim kurulabilmektedir.
- Modern turizm tüketim kalıplarına uyularak, sürekli tatminin sağlandığı, yeni deneyimler ve ürünler araştırılmaktadır.
- Gelişen turizm pazarında bölümlere ayrılan taleplerin karşılandığı farklı bir turizm ürününün geliştirilmesine katkı sağlamaktadır.
- Deniz-kum-güneş kaynakları haricinde geriye kalan yeni destinasyonlar için farklı bakış açıları yaratabilmektedir.

Turizmin mevsimlik sorunlarının çözülebilmesi için daha aktif tatillerin, daha çekici faaliyetlerin, kısa süreli gezi ve iş gezisi yapanlara artı değer oluşturan seyahatler önerilmektedir. Kültür turizmi, turizm kapsamındaki en gelişmiş ve en eski dallardan biri olduğu bilinmektedir. 18. yüzyılda filozofların döneminde entelektüel oluşumun gelişimi ve yayılmasında yolculuğun önemli olduğu belirtilmektedir. Bu çeşit turizm etkinlikleri kültürel miras, sivil mimari (kaleler, kent salonları, saraylar, arkeolojik alanlar), dini yapılar (manastırlar, kiliseler), müzeler, sanatsal, kültürel alanlara yönelik faaliyetleri kapsadığı bilinmektedir. Kültür turizmi, tarihi yerler, farklı medeniyetlerin tanınması ve toplumların yaşam biçimlerinin görülmesi, sergi, festival, tiyatro, folklor vb. aktivitelere katılma amacıyla gerçekleştirilen seyahatlerdir (Aydın, 1990, s. 27). Bireylerin kültürel mirasa yönelik ilgisi neticesinde meydana gelen kültür turizminin, müzeler, tarihi kalıntılar, festival, fuar vb. faaliyetlerle daha da gelişim göstermiştir. Geçmiş medeniyetlere dair kalıntıların yaşam biçimleri, gelenek-görenek, alışkanlıklar, el sanatları, yemek kültürü bu kültür türünde oldukça önemlidir (Tapur, 2009, s. 474). Doğal ve kültürel varlıklar, arkeolojik kazılar, tarihi yerler, külliye, anıt, cami, kilise vb. değerler ve yasalarla korunması gerekli olan kültür turizmini meydana getiren faktörlerdir. Maddi varlıklar haricinde gelenek-görenekler, dini inançlar, yaşam şekilleri, sanat, müzik vb. manevi varlıkların kültür turizmini bütünleyen faktörler olduğu belirtilmektedir (Emekli, 2006, s. 56).

Kültür turizminin gelişimi bakımından kültürel çekiciliklerin öneminin de oldukça yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu sebeple kültür turizmi kapsamının etkinlikleri ve tipolojisi bakımından incelendiğinde pek çok değerinin kültür kapsamında yer aldığı görülmektedir. Bunların mimari yapılar, arkeolojik alanlar, müzeler, müzik, dans, hac görevi, dini festivaller, edebiyat araştırmaları, dil, sanatsal etkinlikler ve festivaller, resim galerileri, zanaatlar, el sanatları, sinema ve alt kültürler olduğu ifade edilebilir (Keleş, 2020).

Azerbaycan, kendi tarihi kökleriyle beraber uzak geçmişe dayanan ve maddi-manevi kültürel zenginliği bünyesinde barındıran ülkelerden biridir. Ülke topraklarında 6 binden fazla tarihi ve mimari unsurların bulunduğu ve söz konusu kültürel mekanların her yıl ülke turizmine milyonlarca turist çektiği bilinmektedir. Antik dünyanın en meşhur yollarından olan Büyük İpek Yolu, Azerbaycan toprakları üzerinden geçmektedir. Bütün bu tarihi ve doğal değerleri ile Azerbaycan dünya turizminde oldukça önemli turistik ürün çekiciliklerine sahip ülkelerden biri olarak ifade edilebilir. Azerbaycan'daki kültür turizmi, Batı ile Doğu'nun, modernliğin ve geleneklerin, şehir telaşı ve değişmeyen köy hayatının ahenkli bir karışımı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Azerbaycan'da turizmin en önemli şehrinin başkent Bakü olduğu bilinmektedir. Kafkasya'nın en önemli ticaret ve kültür merkezlerinden biri olan Bakü'nün birçok medeniyete ev sahipliği yaptığı, bu nedenle Şirvanşahlar, Persler, Türkler ve Rusların mimari yapılarının burada yer aldığı görülmektedir. Bakü'nün en gözde turizm alanı şehrin merkezindeki etrafı surlarla çevrili olan "İçerişehir"dir. İçerişehir'in etrafının surlarla çevrili olduğu, 5 kapısının olduğu, içerisinde camiler, saraylar ve hamamların yer aldığı belirtilmektedir. Liman şehri olan Bakü gezi ve kültür turizmiyle birlikte iş turizmi için de önemlidir. Birçok uluslararası şirketin yer aldığı şehirde Haydar Aliyev Uluslararası Havaalanı Kafkasya bölgesinin en işlek ve büyük havalimanıdır. Bakü toplantılar, fuarlar, seminerler ve kongrelerin sıklıkla yapıldığı bir yerdir (Nuri, 2020). Ülkenin her coğrafyasında geçmiş kültürlerle ait bir iz bulmak

mümkündür. Eskişehir’de Bakü Bulvarı ve devamında yaygın olarak Sovyet yapılarının olduğu görülmektedir. Bunun yanında Bakü’de daha modern kavramların bir araya geldiği göze çarpmaktadır. Başkent bölgesinin dışında kalan alanlarda halı fabrikaları, el sanatı atölyeleri ve bütün el yapımı işletmeleri yer almaktadır. Her bölgede Azeri kültürüne has bir dokunuşun sunulduğu, bir bütün halinde, önemli ölçüde Hristiyan milletlerle çevrili bir Müslüman adası konumunda bulunan Azerbaycan’da, Kafkasya’nın başka hiçbir yerinde bulunamayacak kültürel deneyimlerin sunulduğu bilinmektedir (Fataliyev, 2022). Azerbaycan’ın tamamında yalnızca yerel halkın değil, bunun yanında turistlerin de ilgilerini çekmekte olan ilginç yerlerin olduğu görülmektedir. Azerbaycan, Asya ile Avrupa arasındaki ana ticaret merkezlerinden birisidir. Bu durumun Azerbaycan’da yaşayan vatandaşların kültürünü ve mimarisini etkilediği düşünülmektedir (Karimov, 2020, s. 5). Turizm açısından, sosyal etkinliklerin en önemlileri arasında sergiler ve fuarlar dahil edilebilir. Son dönemlerde Azerbaycan’da gerçekleştirilen uluslararası fuar, sergi ve seminerlerin sayısının git gide arttığı görülmektedir. Ülkede gerçekleştirilen böylesi faaliyetlerin %95 gibi önemli bir oranının Başkent Bakü’de gerçekleştirildiği görülmektedir.

Bakü, kültür turizmi bakımından önemli bir merkez olarak kabul edilmektedir. Ülkedeki ulusal, Türk, Avrupa ve Hint restoranlarının çoğu da Bakü’de yer almaktadır. Bakü’ye ziyaret gerçekleştiren turist sayısının her yıl arttığı bilinmektedir. 2014’te turizm kuruluşlarıyla Azerbaycan’a gelen turist oranının %98,5’i (10.657 kişi) Bakü’ye ziyaret gerçekleştirmiştir. Bağımsızlığın ilk dönemlerinden beri yabancı ülkelere (İran, Türkiye, İngiltere, Rusya vb.) gelen yabancı turistler, Bakü’ye genelde iş amacıyla ziyaretler gerçekleştirirse de daha sonraları kültür, eğlence, sağlık vd. turizm türleri için ziyaretlerin gerçekleştirildiği belirtilmektedir (Soltanova, 2015).

Azerbaycan turizmi üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde kış turizmi, sağlık turizmi, hüzün turizmi, yöresel mutfak ve ülkenin turizm potansiyeli üzerine çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017; Heydarov, 2016; Mammadov, 2020). Ancak, ülkenin en önemli kültürel ve turistik merkezi olan Bakü üzerine kültür turizmi bağlamında yürütülen bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu bağlamda, Bakü’nün kültür turizmi olanaklarının araştırılması önemli bir konu olarak değerlendirilmektedir.

2.Yöntem

Kültür ve turizm her zaman ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olmuştur. Kültürel yerler, çekicilikler ve etkinlikler seyahat için önemli bir motivasyon sağlar ve seyahatin kendisi de kültür üretir (Richards, 2018). Kültür turizmi, küresel turizmin en büyük ve en hızlı büyüyen segmentlerinden biridir. Dünya Turizm Örgütüne göre, uluslararası seyahatlerin yaklaşık %37’si kültürle bağlantılıdır (Richards, 2000). Yürütülen araştırmanın amacı, Bakü’nün sahip olduğu kültür turizmi potansiyelini ortaya çıkararak/araştırarak bölgede kültür turizminin gelişimi için öneriler sunmaktır. Yürütülen çalışma, Bakü bölgesindeki kültür turizmi üzerine yapılan ilk araştırmalardan biri olması nedeniyle önem arz etmektedir. Önemi sürdüren ve gelecek yıllarda da önemini koruyacağı düşünülen kültür turizminin, Bakü gibi gelişim potansiyeli yüksek olan bir bölge bağlamında incelenmesi, sektörün ihtiyacına uygun, yardımcı bir kaynağın oluşturulması, araştırmanın diğer hedefleri arasında yer almaktadır.

Bu çalışmada öncelikle, Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar ve değerler araştırılarak mevcut durum tespit edilmeye çalışılmıştır. Mevcut duruma dair bilgiler elde edildikten sonra, kamu ve özel sektöre düşen roller ve Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için neler yapılabileceğine dair görüşler alınarak öneriler oluşturulmuştur. Bu kapsamda, Bakü’de kültür turizminin mevcut durumu ve bu turizm türünün potansiyelinin ortaya çıkarılması araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Bu kapsamda oluşturulan araştırma soruları aşağıda yer almaktadır;

- 1.Turizm sektörünün, Bakü için önemini değerlendirir misiniz?
- 2.Bakü’de hangi turizm türleri geliştirilebilir?
- 3.Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar/imkanlar nelerdir?
- 4.Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması konusunda engeller var mıdır? Varsa nelerdir?
- 5.Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen roller/görevler nelerdir?

Araştırma soruları oluşturulurken Khalilova, (2008), ve Mammadov’un (2020) çalışmalarından faydalanılmıştır.

Durum çalışması olarak yürütülen bu çalışmada, konu ile ilgili olarak derinlemesine bilgiler sunarak katılımcıların vermiş olduğu cevaplar üzerinden farklı ve zengin bakış açılarını hedef kitleye aktarabilmektedir (Marshall ve Rossman, 2016). Araştırmaya, Bakü turizmi konusunda bilgisi olan turizm sektörü çalışanları, akademisyenleri ve kamu kurumlarında görev alan kişiler katılmıştır. Araştırma sonucunda, toplam 15 kişi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Araştırma bağlamında belirli bir görüşmeci sayısı belirlenmemiş olup araştırma sorularına verilen yanıtların birbirine benzerlik gösterdiği noktada görüşmelerin sonlandırılması planlanmıştır. Nitel araştırmada, bir örneklem üzerinden evrene genellemeler yapmak yerine belirli bir konu detaylı bir biçimde ele alınarak farklı bir bakış açısı ortaya koymak amaçlanır (Merriam, 2018).

Yürütülen çalışmada, görüşmecilerle derinlemesine veri elde edilebilmesine olanak tanıyan amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme türü kullanılmıştır (Baltacı, 2018). Böylece araştırma sorularına cevap verebilecek özelliklere sahip her katılımcı araştırmaya dahil edilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışma, nitel araştırma deseninde tasarlanmış olup veri toplama tekniği olarak görüşme tekniği kullanılmıştır. Bununla beraber, gözlem ve doküman incelemesi de destekleyici veri toplama yöntemleri olarak kullanılmıştır. Görüşme, kaynak kişinin ilgi, görüş, düşünce ve tutumlarını ortaya çıkarmak üzere iki kişi arasında serbest bilgi değişimini sağlayan bir bilgi toplama tekniğidir (Balcı, 2013). Araştırma konusu gereği ve bu konuda yapılmış bir ölçek olmaması nedeniyle görüşme yoluyla verilerin toplanmasının araştırmaya daha çok hizmet edeceği düşünülmüştür. Görüşme formu, görüşmeciye ve katılımcıya bazı esneklikler tanıyabilmesi açısından yarı yapılandırılmış şekilde oluşturulmuştur. Ayrıca bu teknik ile araştırmaya dahil olan görüşmecilerin nesnel bakış açıları yanında öznel duygu, düşünce ve deneyimlerini ayrıntılı bir şekilde aktarabilme fırsatlarının olmasıdır. Veri toplama süreci öncesinde oluşturulan yarı yapılandırılmış görüşme formu için uzman görüşleri alınmış ve belirtilen görüşler doğrultusunda sorulara son şekli verilmiştir. Araştırma verileri 07.05.2023-22.05.2023 tarihleri arasında toplanmıştır. En uzun görüşme süresi 45 dakika ve en kısa görüşme süresi 8 dakikadır. Ortalama görüşme süresi 21 dakika olarak tespit edilmiştir. Yapılan görüşmeler, katılımcıların onayı doğrultusunda kayıt altına alınmıştır ve ses kayıtları bilgisayar ortamında yazıya aktarılmış toplamda 43 sayfa bilgi elde edilmiştir. Daha sonra, elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutularak kendi içerisinde anlamlı olacak şekilde kavramsallaştırılmış ve kodlanmıştır. Belirlenen kodlar benzerlik durumlarına göre gruplandırılmış ve aralarında ilişki olan kodlar birleştirilerek tematik kodlama yapılmıştır (Yıldırım ve Şimşek 2018).

Nitel araştırma yaklaşımında kullanılan inanılabilirlik, aktarılabilirlik, güvenilirlik ve doğrulanabilirlik kavramları, nicel araştırmalardaki iç geçerlilik, dış geçerlilik, güvenilirlik ve nesnellik kavramlarına karşılık gelmektedir (Merriam, 2018). Genel olarak, geçerlilik konusu iç ve dış geçerlilik olmak üzere iki boyutta incelenmektedir. İç geçerlilik (inandırıcılık, inanılabilirlik), araştırma bulgularının gerçeğe uygunluğunun ifade edilmesiyle ilgilidir. Dış geçerlilik (aktarılabilirlik) ise elde edilen sonuçların genellenebilirliğiyle ilgilidir (Patton, 2002). Nitel bir çalışmada inandırıcılığı sağlayabilmek için çeşitli yöntemler vardır. Bunlar; uzun süreli etkileşim, derinlik odaklı veri toplama, çeşitleme, araştırmacının yaklaşımı, uzman görüşü ve katılımcı doğrulaması olarak ifade edilebilir (Guban ve Lincoln, 1982; Maxwell, 2018). Bu çalışmada, inandırıcılığın sağlanması amacıyla öncelikle veri çeşitlemesi yapılmıştır. Başlıca veri toplama yöntemi olan görüşmenin yanında gözlem ve doküman incelemesi kullanılmıştır. Bu bağlamda, Bakü bölgesindeki kültürel çekiciliklere sahip alanlar gezilerek gözlemlenmiş ve alanın fotoğrafları çekilmiştir. Nitel araştırmalarda inandırıcılığın sağlanmasında kullanılan diğer bir yöntem ise görüşmecilerle derinlemesine ve uzun süreli etkileşimde bulunmasıdır. Böylece, görüşmecilerin vermiş olduğu yanıtlar ve alınan bilgilerin doğruluğu teyit edilmiştir. Görüşmecilerin verdiği cevaplar doğrultusunda oluşturulan kodlar ve temalar iki araştırmacı tarafından titizlikle oluşturulmuştur. Araştırma sonuçlarının benzer ortamlara ve durumlara genellenebiliyorsa araştırmacının dış geçerliliğinin olduğu söylenebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Nitel araştırmaların evren genellemesi amacı olmaması nedeniyle bu durum aktarılabilirlik (Guban ve Lincoln, 1982) olarak ifade edilmektedir. Nitel araştırmaların aktarılabilirliğini artırmak için detaylı betimlemenin yapılması gerektiği ifade edilmektedir (Karataş, 2017). Böylece, detaylı bir anlatım izlenerek, alanda benzer çalışmalar yapacak olan araştırmacılara bir yol haritası sunulma imkânı sağlanmaktadır. Bu bağlamda, yürütülen araştırma süreçleri ve aşamaları açık ve ayrıntılı anlatılmaya çalışılarak okuyuculara geniş kapsamlı bilgi sunulmaya çalışılmıştır.

3.Bulgular

İçerik analizi yöntemi ve görüşme metodu kullanılarak toplam 15 katılımcıya ulaşılmıştır. Katılımcıların 13'ü kamu, 2'i özel sektörde çalışmaktadır. Katılımcılar Devlet Turizm Ajansı, Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi, Kültür Bakanlığı, Azerbaycan Turist Rehberler Birliği ve turistik tesislerde çalışanlar ve söz sahibi olan kişiler arasından seçilmiştir. Katılımcılara 5 araştırma sorusu yöneltilmiş ve yanıtlar esasında yapılan içerik analizi sonucunda 101 kod oluşturulmuş ve oluşturulan 101 kod aralarındaki ilişkiler göz önünde bulundurularak 20 alt tema altında toplanmıştır. Katılımcılara ilişkin bilgiler aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılar hakkında bilgi

Katılımcı Numarası	Çalıştığı Yer	Çalışma Sahası
K1	Ateşgah	Kamu
K2	Yanardağ	Kamu
K3	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K4	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K5	Kültür Bakanlığı	Kamu
K6	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K7	Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi	Özel
K8	Azerbaycan Seyahat Acentaları Birliği	Kamu
K9	İçerişehir	Kamu
K10	İçerişehir	Kamu
K11	Azerbaycan Turizm ve İşletme Üniversitesi	Özel
K12	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K13	Devlet Turizm Ajansı	Kamu
K14	Azerbaycan Güzel Sanatlar ve Kültür Üniversitesi	Kamu
K15	Azerbaycan Turist Rehberleri Birliği Başkanı	Kamu

Katılımcılara yöneltilen “*Bakü için, turizm sektörünün önemi nedir?*” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Tablo 2’de yer almaktadır. Katılımcıların Bakü için turizm sektörünün önemine dair ifadeleri 3 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Ekonomik Önemi (26), Pazarlama Kaynaklı Önemi (7) ve Toplumsal ve Çevresel Önemi (3). Katılımcıların, Bakü için turizm sektörünün önemine dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Ülkenin tanıtımı” (5), “İstihdam olanağı” (4), “Altyapının iyileştirilmesi”, (4) ve “Ekonomik katkı” (4) şeklindedir.

Tablo 2. Bakü için turizm sektörünün önemi

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Ekonomik Önemi	26	100	72,22
-İstihdam olanağı	4	15,38	11,11
-Altyapının iyileştirilmesi	4	15,38	11,11
-Ekonomik katkı	4	15,38	11,11
-Hizmet sektörünün gelişimi	4	15,38	11,11
-Döviz girdisi	3	11,53	8,33
-Diğer sektörlerin gelişimi	3	11,53	8,33
-Petrole alternatif bir ürün olması	3	11,53	8,33
-Şehrin kalkınması	1	3,89	2,79
Pazarlama Kaynaklı Önemi	7	100	19,44
-Ülkenin tanıtımı	5	71,43	13,88
-Azerbaycan’a dair olumlu imajın geliştirilmesi	2	28,57	5,56
Toplumsal ve Çevresel Önemi	3	100	8,34
-Sosyokültürel kazanımlar	2	66,66	5,56
-Ekolojik etki	1	33,33	2,78

Katılımcıların Bakü için turizm sektörünün önemine dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Ekonomik Önemi boyutu altında daha sonra ise Pazarlama Kaynaklı Önemi yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadelerle bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. İstihdam olanağı, Altyapının iyileştirilmesi, Ülkenin tanıtımı ve Ekonomik katkı kodlarına ilişkin bazı görüşmelerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“*Turizmin şehre sağladığı bir diğer fayda da yeni istihdam olanaklarının yaratılması ve döviz ithalatıdır.*” (K2).

“*Turizm petrol sektöründen sonra en çok kazandıran üçüncü sektör. Petrol ve gaz ülkesi olarak bu sektörün gelişimine önem vermeliyiz. Ülke tanıtımı için turizm önemlidir. Ayrıca turizm sektörü istihdam yaratması açısından da önemlidir.*” (K8).

“Turizmin Bakü için önemi, şehrin ekonomik ve sosyal yaşamı, refahı ve gelişimi üzerindeki olumlu etkisi ile açıklanmaktadır. Böylece daha fazla turist çekme motivasyonu ile şehrin altyapısı iyileştirilmekte (yeni ulaşım hatlarının oluşturulması, eskilerinin tamiri, catering tesislerinin artırılması), ayrıca şehirdeki yeşil alan artırılmakta ve bu da ekolojik yönden olumlu etki göstermektedir.” (K2).

“Turizm sektörü Bakü'nün tarihini, mimarisini ve mutfağını dünyaya tanıtan ana yollardan birisidir.” (K3).

“Turizmin hem Azerbaycan bütçesine gelir getiren bir alan olarak hem de Azerbaycan'ı ve Azerbaycan halkını tanıtan manevi bir faaliyet olarak büyük rol oynadığını söyleyebilirim.” (K6).

Katılımcılara yöneltilen “Bakü’de hangi turizm türleri geliştirilebilir?” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Tablo 3’te yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de geliştirilebilecek turizm türlerine dair ifadeleri 5 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Eğlence ve Sporla İlgili (24), Etkinliklerle İlgili (10), Kültürel Unsurlarla İlgili (10), Sağlıkla İlgili (5) ve Doğa ve Toprakla İlgili (3). Katılımcıların, Bakü’de geliştirilebilecek turizm türlerine dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Spor turizmi” (11), “Kültür turizmi” (6), “Kongre turizmi” (4) ve “Sağlık turizmi” (4) şeklindedir.

Tablo 3. Bakü’de geliştirilebilecek turizm türleri

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Eğlence ve Sporla İlgili	24	100	46,15
-Spor turizmi	11	45,87	21,15
-Özel ilgi turizmi	4	16,68	7,69
-Yat turizmi	3	12,51	5,77
-Golf turizmi	2	8,34	3,85
-Ada turları	2	8,34	3,85
-Bisiklet turizmi	1	4,17	1,92
-Alışveriş turları	1	4,17	1,92
Etkinliklerle İlgili	10	100	19,23
-Kongre turizmi	4	40	7,69
-Petrol turizmi	3	30	5,77
-Festival turizmi	2	20	3,85
-Bilim turizmi	1	10	1,92
Kültürel Unsurlarla İlgili	10	100	19,23
-Kültür turizmi/turu	6	60	11,53
-Gastronomi turizmi (şarapçılık)	2	20	3,85
-İnanç turizmi	2	20	3,85
Sağlıkla İlgili	5	100	9,62
-Sağlık turizmi	4	80	7,69
-Jeoturizm (çamur volkanları)	1	20	1,93
Doğa ve Toprakla İlgili	3	100	5,77
-Tarım turizmi (bağcılık)	3	100	5,77

Katılımcıların Bakü’de hangi turizm türleri geliştirilebilir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Eğlence ve Sporla İlgili boyutu altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadeler bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. Spor turizmi, Özel ilgi turizmi ve Yat turizmi kodlarına ilişkin bazı görüşmelerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Spor turizmi ile bağlantılı olarak bir buz pateni pisti inşa ediliyor ve Azerbaycan'da hokey şampiyonalarının yapılması planlanıyor.” (K6).

“Su sporlarından sörf, rüzgâr sörfü ve rüzgarla ilgili diğer sporları geliştirebiliriz.” (K6).

“Dediğim gibi eğlence turizmine odaklansak ve nasıl ki Londra Avrupa'nın eğlence merkezi olarak görülüyor, biz de Bakü'yü Kafkasların eğlence merkezi gibi pazarlayabiliriz.” (K13).

“Bakü’de özel ilgi turizmine örnek olarak tüplü dalış gezilerini gösterebiliriz daha yeni yeni geliştiriliyor. Abşeron Milli Parkı'nda kuş gözlemciliği, flamingo ve fok balıklarını izleyebilirsiniz.” (K11).

“Bakü ve çevresinde şarap imalathanelerinin ve tütün fabrikalarının varlığı, turistlerin ilgisini çekmek için söz konusu sektörle ilgili masterclassların düzenlenmesi, şarapçılık ve bağcılık turlarının düzenlenmesi için koşullar yaratmaktadır.” (K2).

“Bakü dünyada siyah altının anavatanı olarak kabul edildiğinden, Bakü’de petrol endüstrisi müzelerinin oluşturulması ve petrolle ilgili aşamaların canlı olarak gösterilmesi gibi turizm türleri geliştirilebilir.” (K3).

“Deniz turizminde büyük potansiyel görüyorum, gelecekte Hazar denizindeki adalara gemilerle geziler düzenlenebilir, su sporları uygulanabilir.” (K11).

Katılımcılara yöneltilen “Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar/imkanlar nelerdir?” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Tablo 4’de yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de geliştirilebilecek turizm türlerine dair ifadeleri 3 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Tarihi ve Kültürel Çekicilikler (36), Yapılandırılmış Çekicilikler (19) ve Doğal Çekicilikler (6). Katılımcıların, Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklara dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Müzeler” (12), “İçerişehir” (7), “Kız kalesi” (5) ve “Şirvanşahlar sarayı” (4) şeklindedir.

Tablo 4. Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu imkanlar

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Tarihi ve Kültürel Çekicilikler	36	100	59,02
-İçerişehir	7	19,47	11,46
-Kız kalesi	5	13,9	8,2
-Şirvanşahlar sarayı	4	11,11	6,56
-Haydar Aliyev merkezi	3	8,33	4,92
-Haydar Aliyev camisi	3	8,33	4,92
-Tarihi hamamlar	3	8,33	4,92
-Ateşgah	3	8,33	4,92
-Nardaran kalesi	2	5,55	3,28
-Gala kalesi	2	5,55	3,28
-Flame Towers	2	5,55	3,28
-Tarihi alban kiliseleri	2	5,55	3,28
Yapılandırılmış Çekicilikler	19	100	31,15
-Müzeler	12	63,16	19,67
-Opera ve bale tiyatrosu	2	10,53	3,28
-Botanik bahçesi	2	10,53	3,28
-İstiklaliet caddesi’ndeki binalar	2	10,53	3,28
-Bakü bulvarı	1	5,25	1,64
Doğal Çekicilikler	6	100	9,83
-Yanardağ	3	50	4,91
-Gobustan	3	50	4,92

Katılımcıların Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklar nelerdir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Tarihi ve Kültürel Çekicilikler boyutu altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadeler bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. İçerişehir, Kız kalesi ve Şirvanşahlar sarayı kodlarına ilişkin bazı görüşmecilerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“İçerişehirde tarihi eserler, 1078 yılında yapılan Sınıggala, Şirvanşahlar sarayı, Kız kalesi, orta çağda inşa edilen mimari eserler, camiler yer alıyor.” (K7).

“Turistler Kız Kalesine, Şirvanşahlar Sarayına gidiyorlar, orta çağ camilerimizi görüyorlar, hepsi hakkında bilgi alıyorlar.” (K8).

“Bir turist Bakü şehrine geldiğinde kültür rotası olarak müzeleri, botanik parkları, Bakü Bulvarını, İçeri şehirdeki

kadim yerler, hamamlar, eşyalar onların dikkatini çekmektedir.” (K11).

“En çok halı müzesi, İçerişehir, Kız Kalesi, Şirvanşahlar Sarayı, Ateşgah ve Yanardağ ziyaret edilmektedir.” (K12).

“Bakü’deki Kız Kalesi, İçeri Şehir, Flame Towers ve Haydar Aliyev merkezi, Haydar Aliyev camisi, albanlar devrinden kalmış tarihsel kiliseler bunların bir kaçıdır.” (K1).

Katılımcılara yöneltilen “Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması konusunda engeller nelerdir?” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Tablo 5’de yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusundaki engellere dair ifadeleri 3 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Yapısal Faktörler (30), Sosyo Ekonomik Faktörler (9) ve Diğer Faktörler (5). Katılımcıların, Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusundaki engellere dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Turistik ürünlerin çeşitlendirilememesi” (6), “Eğitimli personel eksikliği” (5), “Tanıtım eksikliği” (4) ve “Kaynakların yeterince korunamaması” (4) şeklindedir.

Tablo 5. Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusundaki engeller

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Yapısal Faktörler	30	100	68,18
-Turistik ürünlerin çeşitlendirilememesi	6	20	13,64
-Eğitimli personel eksikliği	5	16,67	11,36
-Tanıtım eksikliği	4	13,33	9,09
-Kaynakların yeterince korunamaması	4	13,33	9,09
-Vize sorunu	3	10	6,84
-Altyapı yetersizliği	2	6,67	4,54
-Turistik tesislerin ve firmaların yetersizliği	2	6,67	4,54
-Devlet kurumları arasındaki iletişimsizlik	2	6,67	4,54
-Turizm sektöründe yatırımcıların yetersiz destek görmesi	1	3,33	2,27
-Bakü’nün diğer kültür turizmi destinasyonlarından ayrışamaması	1	3,33	2,27
Sosyo Ekonomik Faktörler	9	100	20,45
-Seyahat kültürünün olmaması	3	33,3	6,83
-Havayolu fiyatlarının yüksek olması	2	22,2	4,54
-Ekonomik sorunlar	2	22,2	4,54
-Turizm yatırımlarının yüksek bütçeli olması	1	11,1	2,27
-Bazı anıtların turizme açılmaması	1	11,1	2,27
Diğer Faktörler	5	100	11,37
-Kültürel rezervlerin kültür turizmi ürününe dönüşme evresinin daha bitmemesi	2	40	4,54
-Siyasi nedenler	2	40	4,54
-Turizm işletmelerinin şeffaf olmaması	1	20	2,29

Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi konusunda engeller nelerdir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Yapısal Faktörler boyutu altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadeler bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. Turistik ürünlerin çeşitlendirilememesi, Eğitimli personel eksikliği ve Tanıtım eksikliği kodlarına ilişkin bazı görüşmelerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Turizm sektöründe, özellikle müze alanında interaktif (3d) ve eğlenceli sergilemelerin olmaması, bazı anıtların restore edilip korunmaması ve turizm sektörüne açılmaması. Ayrıca dünya tecrübesi yüksek, uzmanlaşmış personelin azlıkta olması da gelişmenin önünde engel oluşturmaktadır.” (K2).

“Restorasyon ve koruma önlemlerini, turizm altyapısını, yanlış veya yetersiz PR çalışmalarını sayabiliriz.” (K4).

“Kültürel yaratıcı endüstri dediğimiz bir durum var ve bazı süreçlerin endüstrileştirilmesi gerekiyor. Hizmetler mevcut turizm potansiyeli etrafında şekillenmelidir.” (K5).

“Belki organizasyon anlamında daha iyi şeyler yapılabilir.” (K7).

“Müzelerin çalışma sistemlerinin ve operasyonlarının modernize edilmesi gerekmektedir. Diğer bir engel ise eğitimidir.” (K9).

“Bence en büyük engel turistlerin rahat rotalarının olmamasıdır. Bakü’deki kültürel rezervlerin kültür turizmi ürününe dönüşme evresi daha bitmemiştir.” (K12).

“Yurtiçi turizm pazarına paket turu sunan seyahat acenteleri azlığı.” (K1).

Katılımcılara yöneltilen “Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen roller/görevler nelerdir?” sorusuna vermiş oldukları yanıtlar üzerinden oluşturulan temalar, kod isimleri ve bunların tekrar sıklıkları Tablo 6’da yer almaktadır. Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen rollere dair ifadeleri 3 tema altında toplanmıştır. En yüksek sıklıktan en düşük sıklığa göre sıralanan temalar şu şekildedir; Bilgilendirme ve Eğitim Rolü (12), Eşgüdümleme ve Kontrol Rolü (10), Diğer Roller (9) ve Pazarlama Rolü (4). Katılımcıların, Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen rollere dair vermiş olduğu yanıtlardan elde edilen kodlardan en sık tekrar eden 4 kod “Fiyatların kontrolünün sağlanması” (8), “Akademi ve sektör iş birliğinin sağlanması” (4), “Altyapı oluşturulması” (4) ve “Ülke tanıtımında kalitenin ve standardın yakalanması” (3) şeklindedir.

Tablo 6. Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen görevler

Kod ve Tema	n	(%)	Toplam Yüzdesi
Bilgilendirme ve Eğitim Rolü	12	100	34,29
-Akademi ve sektör iş birliğinin sağlanması	4	33,34	11,43
-Akademik etkinliklerin ve çalışmalarının sayısının artırılması	2	16,67	5,71
-Alanda uzman kişiler tarafından uzmanlık programlarının düzenlenmesi	2	16,67	5,71
-Bölge hakkında bilgilendirme faaliyetinin artırılması	1	8,33	2,86
-Çalışanların eğitilmesi	1	8,33	2,86
-Öğrencilerin turizme yönelik bilinçlendirilmesi	1	8,33	2,86
-Yerel halkın bilgilendirilmesi	1	8,33	2,86
Eşgüdümleme ve Kontrol Rolü	10	100	28,57
-Fiyatların kontrolünün sağlanması	8	80	22,86
-Turizm işlemlerinin düzenli olarak denetlenmesi	2	20	5,71
Diğer Roller	9	100	25,71
-Altyapı oluşturulması	4	44,44	11,43
-Somut olmayan kültürel miras rezervinin turizm için geliştirilmesi	3	33,33	8,57
-Anıtların restore edilmesi	2	22,22	5,71
Pazarlama Rolü	4	100	11,43
-Ülke tanıtımında kalitenin ve standardın yakalanması	3	75	8,57
-Uluslararası pazarlama ve pazar tanıtım faaliyetlerinin artırılması	1	25	2,86

Katılımcıların Bakü’de kültür turizminin geliştirilmesi için kamu ve özel sektöre düşen roller nedir sorusuna dair vermiş olduğu yanıtlar üzerinden gerçekleştirilen içerik analizi kapsamında, ilk olarak Bilgilendirme ve Eğitim Rolü altında yer alan konulara yer verilmektedir. Katılımcıların konuya dair vermiş oldukları ifadelerle bazı kısımlar yer verilmektedir. İlgili ifadelerin cümle sonunda hangi koda ve ifadenin hangi katılımcıya ait olduğunu belirten açıklamalar yer almaktadır. Akademi ve sektör iş birliğinin sağlanması, Akademik etkinliklerin ve çalışmalarının sayısının artırılması ve Alanda uzman kişiler tarafından uzmanlık programlarının düzenlenmesi kodlarına ilişkin bazı görüşmelerin ifadeleri aşağıda sunulmaktadır.

“Misafirlere güler yüzlü davranmak, fiyatları abartmamak, bölge hakkında yeterince bilgi sahibi olmak gerekiyor.” (K1).

“Burada çalışma alanı turizm olan bilim adamlarımızın yurtdışında katıldıkları konferans ve sempozyumlarda

Azerbaycan turizmi ile ilgili raporlar sunarak ülkeyi bilim dünyasına tanıtmaları veya turizm hizmeti veren firmaların hazırladığı reklamları daha dikkatli hazırlamaları yönünde bir öneri verebiliriz.” (K2).

“Ayrıca tarihi eserlerin korunması ve restorasyonu konusunda deneyimli kişilerden faydalanmak, yabancı ülkelerden eğitilmiş personelin Bakü’ye davet edilmesi, üst düzey deneyim programları ve yurt içi eğitimlerin düzenlenmesi kültür turizminin gelişmesinde olumlu etki gösterebilir.” (K2).

“Unutulmamalıdır ki, devlet ve vatandaş iş birliği yapmalıdır. Yani hem kültürel mirasın korunmasında hem de misafirperverliğin korunmasında herkesin PR’da rol oynaması gerekiyor. Devlet bu süreci bir dereceye kadar sistematize eder ve halihazırda yapılan işleri aritmetikten ziyade geometrik bir dizide artırmanın etkinliğini belirler. Yani devlet kurumu genel politikayı belirlemede, belediyeler ve sivil toplum kuruluşları bu politika çerçevesinde mekanizmalar oluşturmaktadır.” (K5).

“Özel sektör daha fazla barınma, beslenme ve ulaşım alanı sağlamalıdır. Kamu sektörünün sorumlulukları altyapı oluşturulması ve organizasyon düzenlemektir.” (K7).

“Genel olarak şöyle söyleyebilirim ki paydaşların hepsinin ortak çalışması lazım. Normalde teori ve pratiği birleştirerek ilerlemek daha doğru olur ama Azerbaycan’da doğru düzgün akademik makale olmadığı için mecburen sadece pratiğimizi kullanmamız lazım.” (K10).

“Özel ve kamu kurumlarının iş birliği yapması gerekiyor. Özel sektörün somut olmayan kültürel mirasın verdiği rezervi turizm ürününe dönüştürmesi lazım.” (K12).

4.Sonuç

Azerbaycan, dünya turizm pazarında gelişim göstermek isteyen ülkelerden birisidir. Ülkenin doğal ve kültürel bağlamda birçok turistik çekiciliklere sahip olduğu düşünüldüğünde, bölgenin gelişim potansiyelinin oldukça yüksek olduğu ifade edilebilir. Bu noktadan hareketle, Azerbaycan’ın kültürel zenginlik ve çeşitlik bağlamında en zengin bölgelerinden birisi olan Bakü, araştırma sahası olarak seçilmiştir. Böylece, Bakü’nün kültür turizmi potansiyelinin ortaya çıkarılması ve ilgili kurum ve kuruluşlara öneriler sunulması amaçlanmıştır.

Yürütülen çalışmada, bir turistik destinasyon olarak Bakü şehrinin var olan kültürel turizm potansiyeli ve kültürel turizmin nasıl geliştirilebileceği sorunsalı ele alınmıştır. Bu bağlamda, Bakü’nün kültür turizminde mevcut durumunun tespiti ve şehirde kültür turizminin geliştirilebilmesi için neler yapılabileceğine dair görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme kitlesini, Bakü’de yer alan turizmle ilgili kamu kurumları ve özel sektör yetkilileri oluşturmuştur.

Katılımcıların hepsi, Bakü’nün gelişimi için turizm sektörünün önemli bir yere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Ekonomik, tanıtım (pazarlama) boyutu ve sosyo-kültürel kaynaklı etkiler olmak üzere bu üç alanda turizmin Bakü için önemli olduğu katılımcılar tarafından düşünülmektedir. Konuya dair genel bir değerlendirme yapıldığında, kültür turizminin bir turistik ürün olarak Azerbaycan’ın Bakü şehri için oldukça uygun bir turizm türü olduğu görülmektedir. Bakü’nün kültür turizmi potansiyeli ile ilgili yapılan görüşmeler sonucunda katılımcıların bu şehirde kültür turizminin gelişimine sıcak yaklaştıkları görülmektedir. Görüşme sonucunda anlaşılmıştır ki turizm Bakü için oldukça önemlidir. Ekonomik yönden döviz girdisi sağlaması, istihdam olanağı sağlaması, altyapı oluşumu, diğer sektörlerin gelişimine yardımcı olması, ülkenin tanıtılması ve özellikle Azerbaycan’ın en çok gelir elde ettiği petrol sektörüne alternatif sektör olması turizmi vazgeçilmez kılmaktadır. Çalışmanın temel konusu olan kültür turizmi bağlamında Bakü’nün yeteri kadar tarihi, kültürel, doğal ve yapılandırılmış çekicilikleri olduğunu söyleyebiliriz. Benzer sonuçlar Khalilova (2008) tarafından yazılan yüksek lisans tezinde de belirtilmiş olup Azerbaycan’ın kültür turizmindeki gücü vurgulanmıştır. Bununla birlikte, bölgenin kültür turizmi destinasyonu niteliklerine ve özelliklerine sahip olmasının yanı sıra bazı turizm türlerinin de bölgede gelişme potansiyeline sahip olduğu görüşme sonucunda ortaya çıkmıştır. Başlıca potansiyel turizm türleri, eğlence ve spor turizmi, etkinlik ve kongre turizmi, sağlık turizmi ve gastronomi turizmi, olarak tespit edilmiştir. Konu bağlamında yapılan benzer çalışmalar incelendiğinde, sağlık turizmi, gastronomi turizmi, eğlence etkinliklerine dair Azerbaycan’ın güçlü bir potansiyele sahip olduğu belirtilmiştir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017; Heydarov, 2016; Seferov ve Hesenov, 2006). Bakü’de geliştirilebilecek turizm türü olarak 15 katılımcıdan 11’inin spor turizmini ifade etmesi, araştırmanın dikkat çeken bulguları arasında yer almaktadır. Naghiloo ve ark., (2011) tarafından yapılan çalışmada da Azerbaycan’ın spor ve etkinlik turizmine hitap edebilecek kaynaklara ve olanaklara sahip olduğu vurgulanmıştır.

Bakü’nün kültür turizmi bağlamında sahip olduğu olanaklara dair katılımcıların vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde, şehrin sahip olduğu kültürel alanlardan ve yerlerden (örn., İçerişehir, Kız Kalesi), müzeler ve doğal alanlara (örn., Gobustan) uzanan zenginlikte kaynaklara sahip olduğu belirlenmiştir. Növresli (2010) tarafından

Azerbaycan'ın turizm potansiyelinin değerlendirilmesi üzerine yapılan çalışmada da kültürel, doğal çekiciliklere yer verildiği görülmektedir.

Katılımcılara, Bakü'de kültür turizminin geliştirilmesinin önünde yer alan engeller sorulmuştur. Yapısal faktörler boyutunun (10 kod ile 30 defa tekrarlanmış) en sık tekrar eden unsur olduğu tespit edilmiştir. Turistik ürünlerin çeşitlendirilememesi, eğitilmiş personel eksikliği, tanıtım eksikliği ve kaynakların yeterince korunamaması, en çok üzerinde durulan konular olmuştur. Petrol ağırlıklı bir ekonomiye sahip olan Azerbaycan (Aras, 2003), turizm sektörünün de ülke ekonomisindeki yerinin artmasını istemektedir. Bu bağlamda, bazı çalışmalar yapıyor olsa da turizm bağlamında alt ve üstü yapı yatırımlarının artırılması, turizm eğitiminin güçlendirilmesi gibi, ileriye yönelik kamu kurumlarının ve özel sektörün atması gereken birçok adımın olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, turistik ürün çeşitlendirilmesi konusu üzerinde durulması gereken ve geliştirilmesi gereken bir alandır. Söz konusu engellerin ve zorlukların aşılabilmesi için kamuya ve özel sektöre düşen görevler sorulduğunda ise katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar üzerinden cevapların bilgilendirme ve eğitim, eşgüdümleme ve kontrol, pazarlama ve diğer unsurlar olmak üzere 4 temada toplandığı görülmektedir. Temalara yönelik ifade sayılarının birbirine yakın olduğu düşünüldüğünde katılımcılar hemen hemen bütün konulara aynı önemi verdiği ifade edilebilir. Turizmde fiyatların kontrolünün sağlanması, ifadesini katılımcıların yarısından fazlasının (8 kişi) belirttiği ve en çok vurgulan konu olduğu tespit edilmiştir. Fiyat unsuru, tüketici tercihlerinde en çok rol oynayan unsurların başında gelmektedir (Gülçubuk, 2008). Bu bağlamda, turistlerin satın alma kararlarını etkileyen temel unsurlardan birisi turistik ürünlerin fiyat boyutudur. Turizmde fiyatlar zamana ve yere değişiklik gösterebilmektedir. Ancak, turistler, gittikleri yörelerde kendilerine doğru olmayan fiyatlar söylendiğinde o bölgeye tekrar gitmek istememekte ve bu durumdan olumsuz bahsetmektedir. Katılımcıların çoğu da bu gerçekliğin farkında olduklarını ifade ederek, fiyatların nesnel ölçütlere göre ve aşırı değişkenlik göstermeyen bir yapıda belirlenmesi gerektiği konusunda hemfikir oldukları görülmüştür. Akademi ve sektör iş birliğinin sağlanması, gerekli altyapının oluşturulması ve ülke tanıtımında kalitenin ve standardın yakalanması, sıklıkla vurgulanan diğer kodlar olarak göze çarpmaktadır.

Bakü'de kültür turizminin geliştirilebilmesi için neler yapılabileceğine ilişkin soruya katılımcıların vermiş olduğu yanıtlar değerlendirildiğinde, daha iyi nitelikli bir ülke tanıtımı ve bu konuya dair araştırma faaliyetlerinin yürütülmesi kodlarının görece önem verilen unsurlar olduğu tespit edilmiştir. Turizm sektöründe rekabetin oldukça yüksek olduğu düşünüldüğünde pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin önemi daha iyi kavranmaktadır. Özellikle, turizm sektöründe yeni olan ülkelerin sahip oldukları kaynakları en verimli şekilde kullanabilmesi için doğru pazarlama taktiklerini ve tanıtım stratejilerini kullanması oldukça önemli bir çabadır. Bu bağlamda, ülkenin uygulayacağı tanıtım stratejileri ile turizm başarısı arasında doğru orantı olduğu düşünülmektedir. Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde halihazırda Bakü'de kültür, spor ve kongre turizmi yaygın olarak öne çıkan unsurlardır. Ancak, söz konusu turizm türleri için özellikle kültür turizmi için ürün çeşitlendirilmesinde ve tanıtımında önemli eksikliklerin olduğu görülmektedir. Turizm sektöründe yetkin ve başarılı olabilmek için destinasyonu benzersiz ve farklı kılmak önemlidir. Bu nedenle standart turistik ürünlerin ötesine geçerek daha farklı turizm türleri geliştirilir ve tanıtılırsa Bakü turizmi için önemli bir pazarlama biçimi oluşturulabilecektir. Yürütülen çalışma sonucunda temel olarak sunulabilecek öneriler ve geleceğe yönelik öngörüler aşağıda verilmektedir.

- Gastronomi turizmi ve kültürel turizmi harmanlayıp kültürel destinasyonlarda tarihi yemek tadımı veya şarap imalatının her kısmını inceleyerek şarap tadımı yapmak, gibi deneyim odaklı kültürel etkinlikler trend tanıtım çalışmaları haline gelmiştir.
- Azerbaycan, siyah altın olarak adlandırılan petrolün ana vatanı olan ülkelerden biri olarak hesap edilmektedir. Gelen turistleri Hazar Deniz'inde gezdirerek onlara petrol kuyularını, petrolün nasıl çıkarıldığını ve işlendiğini göstererek farklı ve eşsiz bir turizm türü yaratılabilir.
- Bu bağlamda ülkenin tanıtım stratejileri de güncel talep yapısına göre revize edilmelidir.
- İlgili tanıtım ve pazarlama politikaları kapsamında devlet kurumları özel işletmelere destek olmalı ve yatırımcılara daha çok teşvik kampanyaları sunmalıdır.
- Özel işletmeler de bu kapsamda her şeyi kanuna uygun, şeffaf bir şekilde uygulayarak attığı her adımda Azerbaycan'ı destekleyecek faaliyetler yürütmelidir.
- Bakü'nün mimarisi doğu ve batıyı sentezlediği gibi aynı zamanda orta çağ ve modern dönemin eserlerini de kendisinde barındırıyor. Doğru pazarlama stratejisi belirlenirse yöreye özgü bir turistik talebin yaratılması oldukça mümkün gözükmektedir.
- Azerbaycan'ın 2020 yılındaki ikinci Karabağ savaşındaki zaferi sonrası hem daha güvenilir bir destinasyon olarak turizm sektöründe talep yaratacak hem de Karabağ bölgesinde hüzün turizmi, ekoturizm, kırsal turizm gibi turizm çeşitleri ile Azerbaycan turizminin potansiyelini daha ileriye taşıyacağı öngörülmektedir.

Kaynakça

- Aras, O. N. (2003). Azerbaycan ekonomisi ve dönüşüm süreci. *Journal of Academic Studies*, 5(19), 13-32.
- Aydoğdu, A. ve Mızrak, M. (2017). Azerbaycan ve Türkiye mutfak kültürünün tarihi birlikteliği ve mevcut durumunun belirlenmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 15-25.
- Balcı, A. (2013). *Sosyal bilimlerde araştırma: Yöntem, teknik ve ilkeler* (10. Baskı.). Pegem Yayıncılık.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388. <https://doi.org/10.31592/aeusbed.598299>
- Diñçer, E. (2000). *Kongre turizmde katılımcı memnuniyetlerinin karşılaştırılması üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Diñçer, M. (2002). Turkish Expo 2002 Bakü ile İhracata Taze Kan. www.forumfuar.com/bulten/yenisayi/bagdat.htm (Erişim tarihi: 13 Eylül 2023).
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15, 51-59.
- Eser, S., Dalgin, T. ve Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir kültür turizmi: Efes örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2), 27-34.
- Fataliyev, T. (2022). *Turizmin ekonomik büyümede etkisi: Azerbaycan Örneği* araştırma [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Trakya Üniversitesi.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *ECTJ*, 30(4), 233-252.
- Gülçubuk, A. (2008). Müşteri bağlılığı yaratmada fiyat politikasının önemi ve uygulanan fiyatlandırma yöntemlerinin değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(1), 15-26
- Hacıoğlu, N. & Avcıkurt, C. (2008). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*, Seçkin Yayıncılık.
- Heydarov, P. (2016). *Azerbaycan-Naftalan bölgesinin sağlık turizmi açısından elmas modeliyle incelenmesi* araştırma [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Herrero, L.C., Sanz, J.A., Devesa, M., Bedate, A. & Del Barrio, M.J. (2006). The economic impact of cultural events: a case-study of Salamanca 2002, European capital of culture. *European Urban and Regional Studies*, 13(1), 41-57. DOI: 10.1177/0969776406058946
- Karataş, Z. (2017). Sosyal bilim araştırmalarında paradigma değişimi: Nitel yaklaşımın yükselişi. *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 68-86.
- Karimov, R. (2020). Assessment of sustainability of demographic development in mountain areas (on the example of Upland Shirvan economic region). *Geography and Natural Resources*, 1(11), 54-63.
- Keleş, A. (2020). Covid 19 pandemisinin kültür turizmi bağlamında müze ve ören yerlerine etkisi. *Multidisipliner Turizm Çalışmaları*, 42-51.
- Khalilova, K. (2008) *Kültür turizmi bakımından Azerbaycan Şirvan Bölgesinin arz potansiyelinin değerlendirilmesi* araştırma [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Kozak, N. (2008). *Turizm pazarlaması*. Detay Yayıncılık.
- Mammadov, A. (2020). *Azerbaycan'ın Kuzeybatı Bölgesi'nin (Şeki Bölgesi) turizm arz olanakları ve yerel halkın turizme bakışı* araştırma [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Trakya Üniversitesi.
- Marshall, C. & Rossman, G. (2016). *Designing qualitative research (6th ed.)*. Los Angeles, CA, Sage.
- Merriam, S.B. (2018). Nitel araştırma desen ve uygulama için bir rehber. (S. Turan, Çev.). Ankara, Nobel Yayınevi.
- Naghiloo, Z., Asgarian, F., Koozechian, H. & Hosseini, S. S. (2011). An analysis of factors influencing sports tourism development in East Azerbaijan Province. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(8), 331-335.
- Növresli, T. (2010). *Azerbaycan turizm potansiyelinin kalkınma amaçlı değerlendirilmesi* araştırma [Yayımlanmamış doktora tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Nuri, H. (2020). *Azerbaycan turizm sektöründe E-Ticaret uygulamaları konusunda çalışanların algılamaları üzerine bir araştırma* araştırma [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Eskişehir Anadolu Üniversitesi.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods (3rd Ed.)*. London, Sage.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G. (2000). Cultural tourism: challenges for management and marketing. *Leisure And Tourism*, 187-195.
- Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism? In A. van Maaen (Eds.) *Erfgoed voor Toerisme*. National Contact Monumenten.
- Seferov, R. & Hesenov, T. (2006). Azerbaycan'ın turizm potansiyeli ve turizm etkinliklerinin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (20), 255-272.
- Soltanova, H. (2015). Azerbaycan Cumhuriyetinde turizm ve onun gelişimi. *AzTU yayınları*.
- Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç Turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9): 473-492.
- UNWTO. (2017). Definitions committee on tourism and competitiveness. CTC. <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/ctcdefinitionsenweb.pdf>. (Erişim tarihi: 26 Haziran 2023).
- UNWTO. (2018). Report on tourism and culture synergies. Madrid: UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>. (Erişim tarihi: 14 Ağustos 2023).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.