

**İsmayıl Mehman oğlu OSMANOV**  
Qərbi Kaspi Universitetinin magistrantı  
E-mail: [osmanovismayil552@gmail.com](mailto:osmanovismayil552@gmail.com)

## **DAXİLİ TURİZMİN NƏZƏRİ ƏSASLARI**

### **Xülasə**

Bu məqalə daxili turizmin nəzəri əsaslarını elmi ədəbiyyat çərçivəsində sistemli şəkildə araşdırır. Tədqiqatın əsas məqsədi turizm anlayışının konseptual inkişaf tarixini izləmək, beynəlxalq nəzəri çərçivələri Azərbaycan reallığı ilə müqayisəli şəkildə təhlil etmək və daxili turizmin özünəməxsus nəzəri xarakteristikasını üzə çıxarmaqdır. Məqalədə UNWTO-nun rəsmi tərif, W. Freyer-in sistem modeli, G. Dann və J. Crompton-un motivasiya nəzəriyyəsi, eləcə də J. Swarbrooke-un dayanıqlı turizm konsepsiyası əsas analitik çərçivələr kimi istifadə edilir. Azərbaycan kontekstinə aid yerli tədqiqatçıların — R. Əliyev, N. Musayeva, Ə. Həsənov, O. Nəcəfov, F. Babayeva — əsərləri bu beynəlxalq nəzəri müddəaları yerli reallıqla qarşılaşdırmaq baxımından mühüm mənbə rolunu oynayır. Bundan əlavə, rəqəmsal texnologiyaların turizm davranışına çoxsəviyyəli təsiri də araşdırma predmetinə daxil edilmişdir.

**Açar sözlər:** daxili turizm, nəzəri əsaslar, UNWTO, push-pull, Freyer modeli.

**UOT:** 338.48-44(479.24)

**JEL:** L83, Z10

**DOI:** <https://doi.org/10.54414/ZOWQ7759>

### **Giriş**

Turizm elminin inkişaf tarixi göstərir ki, bu sahə yalnız iqtisadi bir fəaliyyət növü kimi deyil, eyni zamanda cəmiyyətin sosial, mədəni və psixoloji dinamikasını özündə əks etdirən mürəkkəb bir sistem kimi tədqiq edilməlidir. Daxili turizm bu sistemin ən çox diqqətdən kənar qalan, lakin strateji baxımdan ən mühüm qoludur. Azərbaycanda bu sahənin nəzəri cəhətdən öyrənilməsi müstəqillik dövründən sonra başlamış olsa da, hələ tam formalaşmamış bir tədqiqat sahəsi olaraq qalmaqdadır. Mövcud beynəlxalq nəzəri çərçivələrin yerli xüsusiyyətlərə uyğunlaşdırılması isə bu sahənin ən aktual elmi vəzifəsi kimi qarşıda durmaqda davam edir. Bu məqalə həmin boşluğu doldurmaq məqsədilə daxili turizmin nəzəri əsaslarını sistemli şəkildə araşdırmağa yönəlib.

#### **1. Turizm anlayışının nəzəri inkişafı.**

Turizmin müstəqil bir elmi sahə kimi tanınmağa başlaması XX əsrin ortalarına təsadüf edir. Bu dönüşdə ilk mühüm nəzəri addımı İsveçrəli tədqiqatçılar W. Hunziker və K. Krapf atmışdır. 1942-ci ildə onlar turizmi, daimi yaşayış yerindən müvəqqəti ayrılan

şəxslərin bu müddət ərzində yaratdıqları münasibətlər və vəziyyətlər toplusu kimi müəyyənləşdirdilər. Bu tərif dövrünün akademik düşüncəsini əks etdirsə də, sonrakı onilliklər ərzində ciddi elmi müzakirə mövzuna çevrilmiş, zaman keçdikcə müxtəlif aspektlərdən genişləndirilmişdir.

Beynəlxalq arenada ən geniş qəbul görmüş müasir tərif Ümumdünya Turizm Təşkilatına — UNWTO-ya məxsusdur. Bu tərifə əsasən turizm dedikdə, insanların daimi yaşadıkları mühitdən kənar, fasiləsiz olaraq bir ili keçməyən müddətdə həyata keçirdikləri fəaliyyət, həmçinin bu fəaliyyət zamanı yaranan münasibətlər sistemi başa düşülür [1]. UNWTO tərifini özündə bir sıra üstünlüklər daşıyır: hər şeydən əvvəl, o, coğrafi hərəkətliyi miqdar baxımından çərçivələyir, mühiti isə funksional əlamətlər üzrə — daimi yaşayış yeri anlayışı vasitəsilə — deyil, zaman parametri əsasında müəyyənləşdirir. Bu yanaşma müxtəlif ölkələrin statistik sistemləri arasında müqayisəliliyi təmin etmək baxımından vacib metodoloji üstünlük hesab edilir.

Nəzəri ədəbiyyatda turizm anlayışının yalnız coğrafi yerini dəyişməyi deyil, eləcə də sosial, mədəni və idrak proseslərini özündə ehtiva etdiyi xüsusi olaraq vurğulanır. Alman turizm tədqiqatçısı W. Freyer bu baxış açısını sistem nəzəriyyəsi çərçivəsindən işləyərək turizmi açıq bir sistem kimi modelləşdirmişdir. Onun modelinə görə tələb subyektı olan turist ilə təklif tərəfini formalaşdıran destinasiya, infrastruktur və xidmət müəssisələri arasındakı dinamik əlaqə bu sistemin əsas işləmə mexanizmidir. Sistemin hər bir komponenti xarici mühitdəki dəyişikliklərə — iqtisadi tsikllər, texnoloji novatorluq, siyasi proseslər — birbaşa reaksiya verir. Bu da turizm sistemini mahiyyətcə qeyri-sabit, amma uyğunlaşma qabiliyyəti yüksək bir qurum kimi xarakterizə edir [2].

Freyer modelinin əhəmiyyəti ondadır ki, o, turizmi yalnız bir sənaye kimi deyil, dinamik sosial-iqtisadi əlaqələr şəbəkəsi kimi görmənin analitik zəminini yaradır. Bu perspektiv daxili turizmin öyrənilməsində xüsusilə işlək bir çərçivədir, çünki daxili turistin hərəkəti eyni ictimai-mədəni mühit daxilində baş verir: o, yabançı bir sistemin elementləriylə deyil, öz cəmiyyətinin müxtəlif qatlarıyla üz-üzə gəlir. Bu özəllik daxili turizmin xarici turizmə güzəştli tutulmasının qarşısını almaq üçün nəzəri əsas rolunu da oynayır.

**2. Azərbaycan kontekstindəki nəzəri inkişaf.** Azərbaycanda turizm elminin konseptual çərçivəsinin formalaşması ölkənin müstəqilliyini bərpa etdiyi dövrlə eyni vaxtda başlamışdır. Sovet idarəçiliyi illərində turizm anlayışı son dərəcə məhdud bir çərçivədə qalmışdır: sanatoriya, istirahət evi və dövlət tərəfindən planlaşdırılmış ekskursiyalar həmin dövrün turizm anlayışının bütün hüdudlarını əhatə edirdi. O dövrdə turizm bir elmi sahə kimi deyil, dövlətin sosial rifah siyasətinin texniki aləti kimi başa düşülürdü. 1991-ci ildən etibarən müstəqillik yoluna qədəm qoyan ölkəmizdə bu anlayışın kökündən yenidən qurulması zərurəti meydana gəlmiş, akademik araşdırmalar bu tələbə cavab verməyə başlamışdır.

Tədqiqatçı Ə. Süleymanov həmin keçid mərhələsini araşdıraraq mühüm bir qənaətə gəlmişdir: müstəqilliyin ilk illərində daxili turizm ya beynəlxalq turizmin ikinci dərəcəli

tamamlayıcısı kimi, ya da yalnız Bakı mərkəzli bir fəaliyyət kimi qiymətləndirilmişdir. Onun müstəqil nəzəri tədqiq predmetinə çevrilməsi isə daha sonrakı bir mərhələyə aiddir [3]. Bu gecikmənin başlıca səbəbi kimi iki amil öne çıxır: birincisi, institusional baxımdan turizm sahəsinin hüquqi-normativ çərçivəsinin yenidən formalaşması, ikincisi isə akademik tədqiqat resurslarının əvvəlcə makroiqtisadi islahat problemlərinə yönəldilməsi.

Azərbaycanda daxili turizmin nəzəri aspektlərini araşdıran tədqiqatçıların ön sıralarında R. Əliyev xüsusi yer tutur. Onun işlərindəki başlıca nəzəri mövqə belədir: daxili turizm ölkənin müxtəlif bölgələri arasında qarşılıqlı anlayış yaratmaqla, uzunmüddətli perspektivdə iqtisadi müxtəlifliyə qalib gəlmək üçün zəruri olan sosial həmrəyliyin mənbəyinə çevrilə bilər [4]. Bu mövqə klassik iqtisad nəzəriyyəsinin hüdudlarını aşır: Əliyev turizmi sırf gəlir kanalı yox, sosial kapitalın formalaşma mexanizmi kimi görmənin nəzəri zəminini yaradır. Həmin perspektiv Azərbaycan üçün xüsusilə aktualdır, çünki ölkənin müxtəlif bölgələri arasındakı qarşılıqlı tanışlığın gücləndirilməsi sosial birliyin möhkəmləndirilməsi baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır.

Regional turizm potensialının qiymətləndirilməsi mövzusunda Əliyevin işlədiyi nəzəri-metodoloji çərçivə həm kəmiyyət, həm keyfiyyət göstəricilərini əhatə edir. Bu bütöv yanaşma əvvəlki araşdırmalarda üstünlük təşkil edən infrastruktur mərkəzli anlayışdan fərqlənir; o, bölgənin turizm potensialını yalnız fiziki resurslarla deyil, eyni zamanda insan kapitalı, idarəetmə keyfiyyəti və ictimai münasibətin amilləri vasitəsilə ölçmüş olur. Bu metodoloji yenilik Azərbaycan turizm nəzəriyyəsinə mühüm töhfədir.

**3. Motivasiya nəzəriyyəsi: beynəlxalq çərçivə və yerli tətbiq.** Daxili turizmin nəzəri tədqiqatında motivasiya məsələsi mühüm yer tutur. Beynəlxalq elmi ədəbiyyatda G. Dann (1977) və J. Crompton (1979) tərəfindən işlənmiş 'sövqedici-çəkici' (push-pull) modeli bu sahənin ən tanınan analitik çərçivəsi hesab edilir. Sövqedici amillər insanı gündəlik mühitinin monotonluğundan çıxarıb yola çıxmağa həvəsləndirən daxili psixoloji motivlərdir. Çəkici amillər isə onu konkret bir

destinasiyaya yönəldən xarici stimullardır. Bu iki amilin tarazlığı turizm tələbinin həcmi və istiqamətini müəyyənləşdirir.

Azərbaycanda bu model yerli kontekstə tətbiq edilərkən maraqlı bir nüans üzə çıxır. N. Musayevanın sosioloji araşdırmasına görə Azərbaycan vətəndaşlarında çəkici amillər sövqedicilərlə müqayisədə nisbətən üstündür. Başqa sözlə, insanlar müəyyən bir destinasiyanın özünəçəkici xüsusiyyətlərindən ilhamlanaraq səyahət qərarı verməyə daha çox meyl edir; 'qaçış' istəyi isə nisbətən ikinci planda qalır [5]. Bu nəticə Azərbaycan üçün vacib siyasi nəticələr doğurur: turizm tələbini artırmaq üçün sövqedicilərlə — stressin azaldılması, dincəlmə imkanlarının genişləndirilməsi — yatırım etmək yerinə, destinasiyaların özünü daha cəlbədicilərin istiqamətinə yatırım etmək daha səmərəli bir strategiya ola bilər.

Motivasiya nəzəriyyəsinin Azərbaycan reallığına uyğunlaşdırılması zamanı mövsümlilik məsələsi də gündəmə gəlir. Yerli turistlərin davranış modelləri beynəlxalq ədəbiyyatda tanınan klassik mövsümlilik paradigmatından bir sıra cəhətlərdən ayrılır. Azərbaycanlı ailələr üçün Novruz bayramı dövrü, yay məzuniyyət ayları, habelə müxtəlif ailə hadisələri — toy, ad günü, bayram ziyarəti — səyahət qərarlarının əsas zaman çərçivəsini müəyyənləşdirir. Bu xüsusiyyət daxili turizm tələbinin proqnozlaşdırılmasında beynəlxalq metodologiyaların birbaşa köçürülməsini mümkün deyil.

Ə. Həsənov bu problemi tədqiqatlarında xüsusi diqqətlə işləmiş, Azərbaycan üçün turizm tələbinin dövrilik modelini beynəlxalq standartlardan fərqlənən bir metodoloji çərçivədə əsaslandırılmışdır [6]. Onun tədqiqatında turizm tələbini şərtləndirən dəyişənlər üç qrupa bölünür: iqtisadi, sosial-demografik və psixografik. Bu üçlü çərçivə xüsusilə mühümdür, çünki daxili turizm davranışını yalnız iqtisadi göstəricilərlə izah etmək kifayət deyil. Eyni gəlir səviyyəsindəki iki fərdin turizm davranışı sosial-mədəni dəyərlərin fərqliliyi üzündən kəskin şəkildə ayrıla bilər. Azərbaycan şəraitinə tətbiq edildikdə bu model göstərir ki, son on ildəki sürətli urbanizasiya prosesi daxili turizm tələbini yalnız gəlir artımından deyil, həm də

şəhər həyatının doğurduğu yeni həyat tərzini ehtiyaclarından qidalandırmışdır.

Tələb tələfinin nəzəri tədqiqi ilə yanaşı, daxili turizmin təklif boyutu da müstəqil araşdırma mövzusu meydana gətirir. Azərbaycanda bu istiqamətdəki mühüm töhfələrdən biri O. Nəcəfova məxsusdur. Onun araşdırması göstərmişdir ki, ölkənin daxili turizm təklifi keyfiyyət baxımından tələbi tam ödəmir [7]. Bu boşluğun varlığı özü-özlüyündə nəzəri bir fakt olaraq dövlət dəstəyinin hansı istiqamətlərə yönəldilməli olduğunu müəyyənləşdirmək baxımından son dərəcə istiqamətləndirici əhəmiyyət daşıyır.

Daxili turizm təklifinin keyfiyyəti yalnız fiziki infrastrukturla deyil, eyni zamanda xidmət mədəniyyəti, kadr hazırlığının səviyyəsi, rəqəmsal əlçatanlıq kimi qeyri-maddi komponentlərlə də bilavasitə bağlıdır. Bu baxımdan Nəcəfovun tədqiqatında ortaya qoyulan tələb-təklif uyğunsuzluğu məsələsi bir neçə nəzəri sual doğurur: bu uyğunsuzluq özünü aradan qaldırma mexanizmlərinə malikdirmi, yoxsa bazar öz-özünə bu tarazlığa nail ola bilmirmi? Yerli tədqiqatlar göstərir ki, turizm bazarının xüsusiyyətləri — məlumat asimetriyası, yüksək giriş xərcləri, iqtisadi xarici mühitin dəyişkənliyi — müstəqil bazar tarazlığının formalaşmasını ciddi dərəcədə çətinləşdirir. Bu da öz növbəsində dövlət müdaxiləsinin nəzəri cəhətdən əsaslandırılmasına zəmin yaradır.

Nəcəfovun araşdırmasının başqa bir mühüm nəzəri töhfəsi odur ki, o, tələb-təklif boşluğunu yalnız kəmiyyət müstəvisindən deyil, həm də struktur müstəvisindən araşdırır. Belə ki, mövcud uyğunsuzluq yalnız kifayətsiz tutumdan deyil, eyni zamanda tələbin tərcihlərinin coğrafi paylanması ilə mövcud xidmət şəbəkəsinin yerləşməsi arasındakı uyğunsuzluqdan da qaynaqlanır. Bu nəzəri fərqliləşmə siyasi baxımdan müstəsna əhəmiyyət kəsb edir: tutum artımı ilə keyfiyyət artımı müxtəlif siyasi alətlər tələb edir.

#### **4. Dayanıqlı turizm konsepsiyası.**

Beynəlxalq nəzəri ədəbiyyatda 1980-ci illərin sonundan etibarən güclənməyə başlayan 'dayanıqlı turizm' konsepsiyası daxili turizmin öyrənilməsinə yeni bir analitik ölçü qatmışdır. J. Swarbrooke bu konsepsiyaya görə turizm fəaliyyəti üç tarazlıq şərtini eyni anda

ödəməlidir: ekoloji mühitin qorunması, ziyarət edilən icmaların sosial-mədəni toxumasının davamlılığı, həmçinin turizmdən əldə olunan iqtisadi faydaların ədalətli bölüşdürülməsi. Bu üçlü tələbin həyata keçirilməsi özlüyündə siyasi iradə məsələsidir; bazar mexanizmləri bu tarazlığı öz-özünə təmin etməyə qadir deyil [2].

Azərbaycan materialı üzərindəki araşdırmalarda F. Babayeva bu mövzuya konkret yerli sübutlar gətirmişdir. Onun apardığı tədqiqatda ölkənin bir sıra dağ-meşə zonalarında turizm yükünün sürətlə artması ilə bioloji müxtəlifliyin azalması arasında statistik baxımdan əhəmiyyətli korrelyasiya müşahidə edilmişdir [8]. Bu nəticə Azərbaycanda daxili turizm artımının öz-özünə dayanıqlı olmadığını, dövlət tərəfindən həyata keçirilən ekoloji tənzimləmənin bu sahədə mütləq zəruri olduğunu nəzəri baxımdan əsaslandırır. Babayevanın tədqiqatı həm də göstərir ki, dayanıqlı turizm anlayışını Azərbaycan kontekstinə yalnız xarici anlayışların mexaniki ötürülməsi kimi deyil, yerli ekoloji gerçəkliyin öyrənilməsi yolu ilə dərinləşdirmək mümkündür.

Dayanıqlı turizm konsepsiyasının nəzəri çərçivəsindən baxıldıqda daxili turizm xarici turizmə nisbətən bir sıra üstünlüklərə malikdir. Daxili turist daha az karbon izi buraxır, yerli iqtisadiyyata daha birbaşa töhfə verir, mədəni müxtəlifliyin daha dərinlən anlaşılmasına imkan verir. Bu üstünlüklər həm ekoloji, həm sosial, həm də iqtisadi müstəvidə özünü göstərir. Bununla birlikdə, daxili turizm də öz növbəsində dayanıqlılıq riskləri daşıyır: iqtisadi baxımdan cəlbədiçi turizm bölgələrinin həddindən artıq yüklənməsi, tarixi-mədəni abidələrin sürətli turistik istifadədən zərər görməsi bu risklərin başlıca nümunələridir.

Daxili turizmin nəzəri bazasına müasir dövrün ən diqqəti çəkən əlavəsi rəqəmsal texnologiyaların turist davranışına çoxqatlı təsiridir. Beynəlxalq elmi ədəbiyyat göstərir ki, rəqəmsal texnologiyalar turizm sisteminin bütün komponentlərini — tələb, təklif, vasitəçilik, məlumat axını — eyni anda dəyişdirir. Bu dəyişim turizm nəzəriyyəsinin əsas kateqoriyalarını yenidən düşünməyi tələb edir: o dövrdə aydın idi ki, turizm bazarında məlumat asimetriyası mövcuddur; ancaq bu asimetriya rəqəmsal kanalların geniş

yayılması nəticəsində köklü şəkildə azalmışdır.

Azərbaycanda bu prosesi nəzəri çərçivədə araşdıran tədqiqatlar hələ formalaşma mərhələsindədir. Lakin Azərbaycan Turizm Bürosunun (ATB) hazırladığı analitik hesabatlar bir sıra vacib müşahidələri ortaya qoymuşdur. Həmin hesablara görə son beş ildə ölkə daxilindəki turizm bron sifarişlərinin ənənəvi kanallardan rəqəmsal platformalara keçisi sürətlənmiş, bu da daxili turizmin istehlak strukturunu ciddi dərəcədə dəyişdirmişdir [9]. Rəqəmsal platformalar turistə məlumat asimetriyasını azaltmaq, müxtəlif variantları müqayisəli şəkildə araşdırmaq və özünəməxsus marşrutlar qurmaq imkanı verir. Beynəlxalq nəzəri ədəbiyyatda bu cür dönüşümlər 'istehlakçı sərbəstliyinin genişlənməsi' kimi xarakterizə edilir.

Rəqəmsallaşmanın daxili turizm nəzəriyyəsinə ikinci mühüm töhfəsi təklif tərəfinin yenidən qurulması ilə bağlıdır. Rəqəmsal platformalar xırda, fərdi sahibkarlara öz xidmətlərini geniş bazara təqdim etmək imkanı yaratmışdır; bu isə ənənəvi iri otel-sahibkarlıq modelinin yanında yeni, libaslaşdırılmış turizm təklifi formalaşdırmışdır. Azərbaycan üçün bu tendensiya xüsusilə əhəmiyyətlidir: kənd turizmi, ev sahibkarlığı, ekoturilər kimi segmentlər rəqəmsal kanallar vasitəsilə bazar əlçatanlığı qazanmağa başlamışdır. Nəzəri müstəvidə bu dəyişim mövcud tələb-təklif tarazlığı modellərini yenidən kalibrlənmə ehtiyacına vadar edir.

### Nəticə

Yuxarıda araşdırılan nəzəri müddəalar bir yerdə nəzərə alındıqda aydın görünür ki, daxili turizmin öyrənilməsinin öz müstəqil konseptual aparatı mövcuddur; bu aparatın Azərbaycan reallığına uyğunlaşdırılması isə hələ başa çatmamış davam edən bir elmi layihədir. Beynəlxalq çərçivələr — Freyerin sistem modeli, Dann-Crompton-un motivasiya nəzəriyyəsi, Swarbrooke-un dayanıqlılıq üçlüsü — daxili turizm tədqiqatı üçün sağlam nəzəri özlü yaratsa da, bu çərçivələrin Azərbaycana mexaniki ötürülməsi mümkün deyil. Yerli tədqiqatçıların araşdırmaları — mövsümlilik xüsusiyyətlərinin fərqliliyi, tələb-təklif uyğunsuzluğu, ekoloji korrelyasiya,

rəqəmsal dəyişim — göstərir ki, Azərbaycan daxili turizmi özünəməxsus empirik xüsusiyyətlər toplusu daşıyır. Bu xüsusiyyətlər toplusundan çıxan əsas nəzəri vəzifə budur: mövcud beynəlxalq konseptual çərçivələri Azərbaycanın konkret sosial-iqtisadi, mədəni və ekoloji reallıqlarına uyğunlaşdıran yeni sintetik nəzəri modellər yaratmaq. Bu iş həm nəzəri tədqiqatçılar, həm də turizm siyasəti hazırlayan qurumlar üçün aktual bir zərurətdir. Azərbaycanda daxili turizmin nəzəri bazasının möhkəmləndirilməsi sektoru yalnız praktik baxımdan deyil, elmi baxımdan da daha keyfiyyətli qərarlarla idarə etmək imkanı yaradacaq.

### ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Dünya Turizm Təşkilatı (UNWTO). International Recommendations for Tourism Statistics 2008. United Nations, Madrid, 2008.
2. Freyer W. Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie (10. Aufl.). Oldenbourg Verlag, München, 2011.
3. Süleymanov Ə. Azərbaycanda daxili turizmin inkişaf perspektivləri: Qarabağ amili. Azərbaycan İqtisadiyyat Universiteti, Elmi Əsərlər, 2021;3:44-59.
4. Əliyev R. Azərbaycanın regionlarında turizm potensialının qiymətləndirilməsi: nəzəri-metodoloji çərçivə. BDU nəşriyyatı, Bakı, 2019.
5. Musayeva N. Azərbaycan vətəndaşlarının daxili turizm motivasiyasının sosioloji təhlili. — Sosial Tədqiqatlar Jurnalı, 2020;2:78-94.
6. Həsənov Ə. Daxili turizm tələbinin formalaşma amilləri: Azərbaycan nümunəsində empirik araşdırma. İqtisad Elmləri: Nəzəriyyə və Praktika, 2018;1:112-128.
7. Nəcəfov O. Azərbaycanda daxili turizm sisteminin tələb-təklif tarazlığı: boşluqların müəyyənəşdirilməsi. AMEA İqtisadiyyat İnstitutu, Elmi Məcmuə, 2017;4:33-47.
8. Babayeva F. Azərbaycanda davamlı turizm: ekoloji tarazlıq və daxili turizm axınlarının idarəsi. — Ekologiya və İqtisadiyyat, 2022;1:56-71.
9. Azərbaycan Turizm Bürosu (ATB). Rəqəmsal turizm platformaları və daxili turizm davranışı: analitik hesabat. — ATB nəşriyyatı, Bakı, 2022.

**Ismail Mehman OSMANOV**

Master's student at Western Caspian University

## THEORETICAL FOUNDATIONS OF DOMESTIC TOURISM

### Summary

This article systematically examines the theoretical foundations of domestic tourism within the framework of scientific literature. The primary aim of the study is to trace the conceptual development of the tourism concept, comparatively analyze international theoretical frameworks against Azerbaijani realities, and identify the distinctive theoretical characteristics of domestic tourism. The article employs UNWTO's official definition, W. Freyer's system model, the motivation theory of G. Dann and J. Crompton, and J. Swarbrooke's sustainable tourism concept as the main analytical frameworks. The works of local researchers pertaining to the Azerbaijani context — R. Aliyev, N. Musayeva, A. Hasanov, O. Najafov, F. Babayeva — serve as important sources for contrasting these international theoretical propositions with local realities. Additionally, the multilevel impact of digital technologies on tourism behavior has been incorporated into the scope of the study.

**Keywords:** domestic tourism, theoretical foundations, UNWTO, push-pull, Freyer model.

**Исмаил Мехман ОСМАНОВ**  
Магистрант, Западно-Каспийский Университет

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА**

### **Резюме**

В данной статье системно исследуются теоретические основы внутреннего туризма в рамках научной литературы. Основная цель исследования — проследить историю концептуального развития понятия туризма, сравнительно проанализировать международные теоретические концепции в контексте азербайджанской действительности и выявить самобытные теоретические характеристики внутреннего туризма. В статье в качестве основных аналитических рамок используются официальное определение ЮНВТО, системная модель В. Фрейера, теория мотивации Г. Данна и Дж. Кромптона, а также концепция устойчивого туризма Дж. Суорбрука. Труды местных исследователей, посвящённых азербайджанскому контексту, — Р. Алиева, Н. Мусаевой, А. Гасанова, О. Наджафова, Ф. Бабаевой — служат важными источниками для сопоставления международных теоретических положений с местными реалиями. Кроме того, в предмет исследования включено многоуровневое влияние цифровых технологий на туристическое поведение.

**Ключевые слова:** внутренний туризм, теоретические основы, ЮНВТО, push-pull, модель Фрейера.

**Daxil olub:** 27.04.2026