

UOT 338

ORCID: 0009-0000-3190-4051

DOI: 10.52094/OOCB2146

Arzu Həbib qızı Quliyeva
Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti
Magistrant
arzuturksoy@hotmail.com

**AZƏRBAYCANDA SƏNƏTKARLIQ SAHƏLƏRİNİN TURİZM
POTENSİALI KREATİV İQTİSADİYYATIN İNKİŞAF AMİLİ KİMİ
(Kəlağayı, zərgərlik və keramika sənətlərinin nümunəsində)**

Xülasə: Məqalədə Azərbaycanın ənənəvi dekorativ-tətbiqi sənətləri olan kəlağayı, zərgərlik və keramikanın ölkənin kreativ iqtisadiyyatına və mədəni turizminə verdiyi töhfələri iqtisadi-sosial aspektdən təhlil edilir. Tədqiqat sənətkarlıq məhsullarının brendləşməsi, kommersiyalaşması və beynəlxalq bazara çıxış strategiyalarını nəzərdən keçirir. Şəki, Basqal və Lahıc kimi tarixi sənətkarlıq mərkəzlərinin turizm marşrutlarına inteqrasiyası, ustad dərslərinin turistlər üçün cəlbədiciyi araşdırılır. İşin əsas nəticəsi qeyri-maddi mədəni irsin iqtisadi resursa çevrilməsi prosesinin həm sənətkarların rifahına, həm də ölkənin qeyri-neft sektorunun inkişafına müsbət təsirini əsaslandırmaqdır.

Açar sözlər: *kreativ iqtisadiyyat, mədəni turizm, kəlağayı, zərgərlik, keramika, kommersiyalaşma, qeyri-maddi mədəni irs.*

Giriş. Müasir qlobal iqtisadi sistemdə ənənəvi sənaye sahələrini tədricən intellektual mülkiyyətə, innovasiyalara və fərdi yaradıcılığa əsaslanan yeni iqtisadi model əvəz etməkdədir. “Kreativ iqtisadiyyat” adlanan bu sistem, mədəni irsin və sənətkarlığın sadəcə estetik və tarixi dəyər kimi deyil, həm də davamlı iqtisadi inkişafın aparıcı qüvvəsi kimi çıxış etməsinə zəmin yaradır. Bu konseptin elmi dövrüyyəyə daxil edilməsində mühüm rol oynayan britaniyalı iqtisadçı Con Hokin (John Howkins) 2001-ci ildə irəli sürdüyü nəzəriyyəsində kreativ iqtisadiyyatı insanların fərdi yaradıcılığının, istedadının və bacarıqlarının əsas kapital (xammal) kimi çıxış etdiyi və intellektual mülkiyyətin yaradılması vasitəsilə iqtisadi dəyər gətirən sistem kimi xarakterizə edir [1]. Bu yanaşmaya əsasən, dekorativ-tətbiqi sənət nümunələrinin – istər

saxsı qabların, istər ipək kəlağayların, istərsə də şəbəkə zərgərlik məmulatlarının – iqtisadi dəyəri onların fiziki materialından daha çox, ustadın ona qatdığı dizayn, qədim ornamentlərin fəlsəfəsi və müəllif ideyası ilə ölçülür. Başqa sözlə, fiziki resursların (gil, qiymətli metallar, ipək) tükənmə ehtimalına baxmayaraq, insan ideyasına və nəsillərin yaddaşına əsaslanan sənətkarlıq sonsuz iqtisadi potensiala malikdir.

Bu mikrosəviyyəli yanaşmanı makroiqtisadi və sosial müstəviyə daşıyan Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ticarət və İnkişaf Konfransı (UNCTAD) isə kreativ iqtisadiyyata daha geniş, institusional tərif verir [2]. UNCTAD-ın hesabatlarına əsasən, kreativ iqtisadiyyat gəlir, yeni iş yerləri və ixrac potensialı yaratmaqla yanaşı, eyni zamanda sosial inklüzivliyi, mədəni müxtəlifliyi və cəmiyyətin inkişafını təşviq edən qarşılıqlı əlaqəli sistemdir. Qurumun bu genişmiqyaslı tərfi təsdiq edir ki, milli sənətkarlıq növləri beynəlxalq turizm və texnologiya ilə inteqrasiya olunduqda ölkənin həm makroiqtisadi göstəricilərinə, həm də regional inkişafına birbaşa təsir göstərir.

Hər iki fundamental nəzəri model Azərbaycanın iqtisadi və mədəni reallıqlarına tətbiqi xüsusi aktualıq kəsb edir. Post-neft dövründə iqtisadiyyatın şaxələndirilməsini və turizm sektorunun inkişafını prioritet hədəf elan etmiş Azərbaycan üçün zəngin tarixi ənənələrə malik kəlağayı, zərgərlik və keramika sənətlərinin qlobal dəyər zəncirinə qoşulması zərurəti yaranmışdır. Hazırkı tədqiqat işinin də əsas məqsədi məhz bu ənənəvi sənət növlərinin muzey eksponatı statusundan çıxaraq, müasir kreativ iqtisadiyyatın tələblərinə və beynəlxalq təcrübə turizminə (experiential tourism) necə adaptasiya olunduğunu təhlil etmək və bu sahənin dayanıqlı inkişafı üçün strateji perspektivləri müəyyənləşdirməkdir.

Problemin həlli. Müasir dövrdə zərgərlik sənətinin kommersionlaşması qədim texnikaların (şəbəkə, minasazlıq, nəqqaşlıq, xatəmkarlıq) müasir istehlakçının minimalist və eleqant estetik tələblərinə uyğunlaşdırılması ilə həyata keçirilir. Bu gün fəaliyyət göstərən yerli zərgərlik emalatxanaları və ustadlar ənənəvi naxışları (buta, islimi, həndəsi və xalça ornamentləri) müasir dəb ilə sintez edərək, onları sadəcə tarixi nümunələrin nüsxəsi kimi deyil, gündəlik və xüsusi istifadə üçün nəzərdə tutulmuş yuxarı seqmentli zinət əşyaları kimi təqdim edirlər. Məhsulların mənşəyini, ustanı istifadə etdiyi texnikaları və istifadə olunan materialın orijinallığını təsdiqləyən fərdi sertifikatlarla təmin edilməsi, onların beynəlxalq lüks brendlərin tətbiq etdiyi qabaqcıl marketinq strategiyalarına uğurla adaptasiya olunduğunu göstərir.

Milli sənətkarlıq nümunələrinin davamlı iqtisadi resursa çevrilməsi onların uğurlu kommersiyalaşma, innovativ qablaşdırma və brendləşmə prosesindən birbaşa asılıdır. Müasir dövrdə tətbiqi sənət məhsullarının kütləvi “suvenir” konseptindən uzaqlaşaraq, eksklüziv və yüksək əlavə dəyərli (high value-added) məhsullara transformasiyası kreativ iqtisadiyyatın formalaşmasının əsas şərtlərindəndir [7]. Bu tendensiya sənətkarlıq nümunələrinin “premium” (məhsulun və ya xidmətin bazar ortalamasından və ya rəqiblərindən keyfiyyət göstəricisi, texniki həlləri və digər parametrlərilə daha yüksək sinifə aid olması) və “lüks” istehlak seqmentlərinə inteqrasiyası ilə müşayiət olunur ki, bu da milli məhsulların qlobal bazarda rəqabətə davamlılığını təmin edir.

Azərbaycan kəlağayısının kommersiya uğuru, onun qorunub saxlanılan ənənəvi istehsal texnologiyası (basmanaxış) ilə qlobal moda sənayesinin tələblərinin kəşiməsində yerləşir. Hazırda kəlağayı yalnız lokal baş örtüyü funksiyasını daşımır; o, konseptual qablaşdırması, məhdud sayda (limited edition) istehsalı və innovativ rəng həlləri ilə müasir qadınların qarderobunun, hətta lüks geyim kolleksiyalarının ayrılmaz elementinə çevrilmişdir. Xüsusilə, təbii boyalardan əldə edilən rəng tonlarının tətbiqi və məhsulun arxasındakı fəlsəfi hekayənin (storytelling) istehlakçıya ötürülməsi onun həm mənəvi, həm də kommersiya dəyərini kəskin şəkildə artıran əsas alətlərdir.

Sənətkarlığın turizm potensialının beynəlxalq səviyyədə tanınması və kapitalaşdırılması istiqamətində Şəki şəhərinin 2017-ci ildə UNESCO-nun “Yaradıcı Şəhərlər Şəbəkəsi”nə (Creative Cities Network) məhz Sənətkarlıq və Xalq sənəti mövzusu üzrə daxil edilməsi həlledici institusional addımlardandır [3]. Bu beynəlxalq status təkcə şəhərin mədəni irsinin qorunmasına deyil, həm də onun qlobal turizm bazarında ixtisaslaşmış “kreativ ərazi” kimi mövqelənməsinə xidmət edir. Hazırda Şəki Keramika və Tətbiqi Sənət Mərkəzi kimi müəssisələrin fəaliyyəti ənənəvi sənətkarlıqla müasir turizm infrastrukturunun, habelə beynəlxalq simpoziumların uğurlu sintezini nümayiş etdirərək, milli sənət brendlərinin beynəlxalq miqyasda təbliğini və mədəni diplomatiyanı həyata keçirir. Eyni zamanda, Lahıc kimi dağlıq qəsəbələrin zərgərlik və misgərlik irsi məkanın coğrafi izolyasiyasını turizm üstünlüyünə çevirərək unikal etno-turizm məhsulu formalaşdırır. Buna bir bariz nümunə də şəhər turizminin daxilində olan Balaxanı, İçərişəhər və digər nöqtələrdir [4].

Kreativ iqtisadiyyatın formalaşması yalnız fərdi təşəbbüslərlə deyil, həm də məqsədyönlü dövlət siyasəti və institusional dəstək mexanizmləri ilə şərtlənir. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən tətbiqi sənət ustalarının yüksək

yaradıcı potensialına baxmayaraq, onların qlobal dəyər zəncirinə (global value chain) qoşulmasında marketinq, standartlaşdırma və biznesin idarə edilməsi ilə bağlı digər biliklərinin çatışmazlığı əsas maneələr kimi çıxış edir. Bu boşluqların doldurulması və ənənəvi sənətkarlığın rəqabətədavamlı ixrac məhsuluna çevrilməsi istiqamətində dövlət tərəfindən həyata keçirilən layihələr və dəstək proqramları həlledici əhəmiyyət daşıyır.

Keramika sənətinin iqtisadi dövriyyəyə daxil edilməsində rəqəmsal satış platformalarının (e-commerce) rolu əvəzsizdir. Müasir keramika mərkəzləri və fərdi ustadlar ənənəvi saxsı məmulatlarını yeni interyer dizaynının və qastronomiyanın funksional bir hissəsinə çevirməyi bacarmışlar [5]. Xüsusilə B2B sektorunda – yəni, premium kafelər, ixtisaslaşmış restoranlar və butik otellər üçün xüsusi sifarişlə hazırlanan, milli koloritə malik minimalist keramika qabları sənətkarlar üçün mühüm və dayanıqlı gəlir mənbəyi formalaşdırır. Sosial media platformaları vasitəsilə birbaşa satış kanallarının (D2C – Direct to Consumer) qurulması lokal ustaların mürəkkəb logistika xərclərini optimallaşdırmasına və daha geniş, beynəlxalq müştəri bazasına çıxış əldə etməsinə imkan yaradır.

Qlobal turizm sənayesində baş verən konseptual transformasiyalar fonunda ənənəvi və passiv “müşahidə” modeli yerini tədricən “təcrübə turizmi”nə (experiential tourism) buraxmışdır. Müasir turistlər səfər etdikləri ərazilərin sadəcə tarixi abidələrini seyr etməklə kifayətlənmir, həmin məkanın mədəni kodlarını dərk etmək, yerli həyat tərzinə inteqrasiya olunmaq və mədəniyyət məhsulunun yaranma prosesində birbaşa iştirak etmək niyyətindədirlər. Ona görə də, Azərbaycanın zəngin mədəni irsi, sənətkarlıq ənənələri turizm klasterlərinin formalaşmasında strateji resurs kimi çıxış edir. Kəlağayı, zərgərlik və keramika sənətlərinin mədəni turizm marşrutlarına inteqrasiyası həm regionların sosial-iqtisadi inkişafını sürətləndirir, həm də turizm xidmətlərinin diversifikasiyasını təmin edir [6].

Sənətkarlıq mərkəzlərinin müasir turizm marşrutlarına daxil edilməsi interaktiv iştirakçılıq modelinə əsaslanır. Tarixi istehsalat mərkəzlərində – xüsusilə İsmayılı rayonu Basqal qəsəbəsində və Şəki şəhərində təşkil olunan ustad dərsləri turistlərə kəlağayının basmanaxış texnikasını öyrənmək, isti mumla naxış vurmaq və ya dulusçuluq dəzgahında keramik formaların yapma prosesini bilavasitə təcrübə etmək imkanı yaradır. Bu cür fəaliyyətlər ziyarətçilərin müvafiq turistik ərazidə qalma müddətini uzatmaqla və xidmət sektoruna edilən xərcləri artırmaqla yanaşı, turizm məhsulunun emosional dəyərini də yüksəldir. Turistlərin məhsulun ərsəyə gəlmə prosesinin bir

hissəsinə çevrilməsi, sonda əldə edilən sənətkarlıq nümunəsinin fərdi əhəmiyyətini qat-qat artırır və onu adi suvenirdən fərqləndirir.

Bu kontekstdə “ABAD” (Ailə Biznesinə Asan Dəstək) publik hüquqi şəxsinin fəaliyyəti mühüm tədqiqat obyektidir. Tətbiqi sənət nümunələrinin istehsalı ilə məşğul olan ailə təsərrüfatlarının və fərdi sənətkarların biznes-inkubasiyası prosesini həyata keçirən bu qurum, məhsulların müasir standartlara uyğun satışa çıxarılması üçün zəruri kompleks xidmətlər göstərir. Zərgərlik, keramika və kəlağayı məhsullarının mərkəzləşdirilmiş və ixtisaslaşmış satış mərkəzlərində, xüsusilə də beynəlxalq hava limanlarının “Duty Free” zonalarında sərgilənməsi yerli sənətkarlığın qlobal istehlakçı bazasına, yəni xarici turistlərə birbaşa çıxışını təmin edən təsirli iqtisadi alətdir.

Qrantlar, beynəlxalq təmsilçilik və mədəni diplomatiya Milli sənət brendlərinin beynəlxalq bazarlara fiziki və rəqəmsal integrasiyasında Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyinin (KOBİA) və Dövlət Turizm Agentliyinin funksiyaları xüsusi qeyd edilməlidir. Adıçəkilən qurumlar tərəfindən sənətkarlara ayrılan məqsədli qrantlar emalatxanaların maddi-texniki bazasının yenilənməsinə xidmət edir. Eyni zamanda, sənətkarların dünyanın aparıcı turizm və sənətkarlıq sərgilərində (məsələn, ITB Berlin, WTM London və s.) dövlət dəstəyi ilə iştirakının təmin edilməsi Azərbaycan sənətkarlığının beynəlxalq bazarlarda tanıdılması və mədəni diplomatiyanın həyata keçirilməsi baxımından strateji əhəmiyyətə malikdir. Bu cür institusional dəstək mexanizmləri mikrobizneslərin qlobal B2B (biznesdən-biznesə) və B2C (biznesdən-istehlakçıya) formatında beynəlxalq əlaqələr qurmasına zəmin yaradır.

Müasir turizm sənayesində sənətkarlıq təkcə estetik istehlak obyektinə kimi deyil, həm də məkana bağlı mədəni yaddaşın və xüsusi təcrübələrin daşıyıcısı kimi qəbul edilir. Xarici ölkələrin təcrübəsi göstərir ki, ənənəvi sənət sahələrinin turizm marşrutlarına innovativ şəkildə integrasiyası destinasiyanın qlobal rəqabət qabiliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artırır.

Keramika Sahəsində Qlobal Təcrübə Keramika sənəti bir çox ölkələrdə ixtisaslaşmış turizm marşrutlarının formalaşmasına zəmin yaratmışdır. Xüsusilə İtaliyanın Umbria regionundakı Deruta və Emiliya-Romanya regionundakı Faenza şəhərləri keramikaya əsaslanan mədəni turizmin mərkəzləri hesab olunur. Bu ərazilərdə fəaliyyət göstərən tarixi emalatxanalar turistlərə yalnız hazır məhsulun satışını deyil, həm də istehsal prosesini əyani şəkildə nümayiş etdirən “master-klass”lar (ustad dərsləri) və interaktiv turlar təklif edir. Digər bir uğurlu nümunə Yaponiyanın Arita şəhəridir. Burada farfor istehsalı ənənəsi

sənaye və mədəni irs turizmi çərçivəsində unikal konsepsiya ilə təqdim edilir; turistlər xammalın əldə olunduğu karxanalardan başlayaraq, son məhsulun bişirildiyi tarixi sobalara qədər bütöv bir prosesin iştirakçısına çevrilirlər [8]. Bu yanaşma turistlərdə məhsulun dəyəri barədə koqnitiv məlumatlılığı artırır və yaradıcı turizm (creative tourism) elementlərini özündə birləşdirir.

İpəkçilik turizmi (sericulture tourism) ənənəvi tekstil irsinin qorunması və regionların iqtisadi diversifikasiyası baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Çin Xalq Respublikasının Sujou (Suzhou) şəhəri qədim “İpək Yolu” konsepsiyasını müasir turizm infrastrukturu ilə birləşdirən əsas qlobal nümunələrdəndir. Buradakı İpək Muzeyi və sənaye parkları turistlərə barama qurdundan ipək sapın əldə edilməsi, boyanması və toxunması prosesini həm əyani, həm də rəqəmsal formada nümayiş etdirir. Avropada isə Fransanın Lion şəhəri “Maison des Canuts” (Toxucular Evi) vasitəsilə XIX əsr ipək toxuculuğu ənənələrini sənaye turizminin uğurlu seqmenti kimi təqdim edir [9]. Muzey statuslu bu məkanlarda turistlərə təqdim edilən canlı nümayişlər tarixən formalaşmış texnoloji proseslərin mədəni irs obyektini kimi necə kapitallaşdırıldığını göstərir.

Zərgərlik Sahəsində Beynəlxalq Yanaşmalar Zərgərlik və qiymətli daşların emalı xüsusilə lüks turizm seqmentinin mühüm hərəkətverici qüvvələrindən biridir. İtaliyanın Florensiya şəhərindəki məşhur Ponte Vecchio körpüsü ətrafında cəmləşən tarixi zərgərlik dükənləri məkana bağlı mədəni turizmin klassik nümunəsidir. [10] Həmçinin, Vitsensa şəhərində keçirilən beynəlxalq zərgərlik sərgiləri (Vicenzaoro) tədbir turizmi (MICE) ilə sənətkarlığın uğurlu simbiozunu yaradır. Digər tərəfdən, Hindistanın Caypur (Jaipur) şəhəri ənənəvi qiymətli daş kəsimi və minaçılıq sənəti ilə inkişaf etməkdə olan ölkələrin təcrübəsində “zərgərlik turizmi”nin qlobal mərkəzinə çevrilmişdir [11]. Burada hökumət tərəfindən dəstəklənən və sertifikatlaşdırılmış emalatxana turları həyata keçirilir. Bu addım turistlərin istehlak inamını və təhlükəsizlik hissini artırmaqla yanaşı, yerli sənətkarların məhsullarını birbaşa xarici istehlakçıya satmasına (B2C) geniş imkanlar yaradır.

Nəticə. Aparılmış tədqiqatın nəticələri sübut edir ki, müasir qloballaşma şəraitində Azərbaycanın kəlağayı, zərgərlik və keramika sənətləri sadəcə qorunub saxlanması vacib olan tarixi-etnoqrafik irs deyil, eyni zamanda ölkənin qeyri-neft sektorunun və kreativ iqtisadiyyatının inkişafını stimullaşdıran güclü resursdur. Bu sənət sahələrinin uğurlu kommersionlaşması və mədəni turizm marşrutlarına (xüsusilə təcrübə turizmi çərçivəsində) inteqrasiyası həm regionlarda yeni iş yerlərinin açılmasına, həm də “Made in

Azərbaycan” brendinin qlobal miqyasda innovativ yollarla təbliğinə xidmət edir. Sənətkarlığın dövlət tərəfindən institusional dəstəklənməsi mikrobizneslərin beynəlxalq bazarlara çıxışını asanlaşdırmışdır.

Bununla belə, tətbiqi sənətlərin iqtisadi və turizm potensialının tam reallaşdırılması, eləcə də beynəlxalq rəqabətə davamlılığın təmin edilməsi üçün aşağıdakı strateji addımların atılması məqsədə uyğun hesab olunur:

1. İnnovativ Vergi Mexanizmlərinin Tətbiqi: Yalnız ənənəvi əl əməyinə və qədim texnologiyalara əsaslanan fərdi sənətkarlar və kiçik emalatxanalar üçün fərqləndirilmiş vergi güzəştləri paketinin hazırlanması. Bu addım gənc nəslin sənətkarlığa iqtisadi marağını artıracaq və xalq sənətinin ustad-şəyird ənənəsi ilə davamlılığını təmin edəcəkdir.

2. Vahid Rəqəmsal İxrac Platformasının Yaradılması: Sertifikatlaşdırılmış və milli standartlara cavab verən sənətkarlıq məhsullarının beynəlxalq elektron ticarətini (e-commerce) mərkəzləşdirilmiş şəkildə həyata keçirən çoxdilli “Made in Azerbaijan – Crafts” rəqəmsal platformasının qurulması. Bu platforma sənətkarların xarici alıcılarla birbaşa (D2C) əlaqəsini təmin edərək, logistika və marketinq xərclərini minimallaşdıracaqdır.

3. Turizm İnfrastrukturunda Rəqəmsallaşma (VR/AR İntegrasiyası): Ənənəvi sənətkarlıq mərkəzlərində və ustad dərslərində Virtual və Artırılmış Reallıq (VR/AR) texnologiyalarının tətbiqi. Turistlərə kəlağayı, zərgərlik və keramika sənətlərinin tarixini və yaranma fəlsəfəsini interaktiv rəqəmsal formatda təqdim etmək turizm məhsulunun cəlbediciliyini və emosional dəyərini əhəmiyyətli dərəcədə yüksəldəcəkdir.

Azərbaycan tətbiqi sənətinin dayanıqlı inkişafı, məhz tarixi ənənələrin qorunması ilə müasir kreativ sənaye innovasiyalarının optimal sintezindən asılıdır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Howkins, J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books, 2001.

2. UNCTAD. *Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries*. United Nations Conference on Trade and Development, 2018.

3. UNESCO. *Traditional art and symbolism of Kelaghayi, making and wearing women’s silk headscarves*. Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity. 2014.

4. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi. *Azərbaycanda mədəni irs və turizmin inkişafı hesabatı*, Bakı, 2023.
5. Əfəndiyev, R. *Azərbaycan dekorativ-tətbiqi sənəti*. Şərq-Qərb, Bakı, 2007.
6. BMT İnkişaf Proqramı (UNDP) Azərbaycan. (2020). *Qadınların iqtisadi səlahiyyətlərinin artırılması: Kəlağayı və ənənəvi sənətkarlıq vasitəsilə*.
7. Richards, G.. *Creativity and tourism: The State of the Art*. Annals of Tourism Research, 38(4), 1225-1253 səh., 2011
8. Richards, G. (2011). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*.
9. UNWTO (2014). *Tourism and Intangible Cultural Heritage*.
10. Timothy, D. J. (2005). *Shopping Tourism, Retailing and Leisure*.
11. Sampaio, F., & Farias, S. (2020). *Craft tourism: Perspectives for the development of creative tourism*.

Arzu Guliyeva Habib gizi

Tourism Potential of Traditional Craft Sectors in Azerbaijan as a Factor in Creative Economy Development
(Based on Kelaghayi, Jewelry, and Ceramics)

Summary: The presented research paper analyzes the contributions of Azerbaijan's traditional folk arts and crafts – specifically kelaghayi, jewelry, and ceramics – to the country's creative economy and cultural tourism from a socio-economic perspective. The article substantiates that intangible cultural heritage acts not merely as a historical exhibit, but as a vital economic resource and a driving force for the development of the non-oil sector. The study examines the processes of branding, commercialization, and the integration of craft products into tourism routes, highlighting the shift towards experiential tourism. Furthermore, it evaluates the role of state support mechanisms in facilitating the entry of micro-businesses into global markets. Ultimately, the paper proposes strategic recommendations for the sustainable development of these sectors, including innovative tax mechanisms, digital export platforms, and the integration of modern technologies into traditional crafts.

Key words: creative economy, cultural tourism, kelaghayi, jewelry, ceramics, commercialization, intangible cultural heritage.

Арзу Гулиева Хабиб гызы

Потенциал традиционных ремесел в Азербайджане в контексте туризма как фактор развития креативной экономики (на примере келагаи, ювелирного искусства и керамики)

Резюме. В представленной исследовательской работе анализируется вклад традиционных народных промыслов Азербайджана – келагаи, ювелирного дела и керамики – в креативную экономику и культурный туризм страны с социально-экономической точки зрения. В статье обосновывается, что нематериальное культурное наследие выступает не просто как исторический экспонат, но и как важный экономический ресурс и драйвер развития нефтегазового сектора. В исследовании рассматриваются процессы брендинга, коммерциализации и интеграции ремесленных изделий в туристические маршруты с акцентом на развитие эмпирического туризма (туризма впечатлений). Кроме того, оценивается роль механизмов государственной поддержки в содействии выходу микробизнеса на мировые рынки. В заключение предлагаются стратегические рекомендации для устойчивого развития этих секторов, включая инновационные налоговые механизмы, цифровые экспортные платформы и интеграцию современных технологий в традиционные ремесла.

Ключевые слова: *креативная экономика, культурный туризм, келагаи, ювелирное искусство, керамика, коммерциализация, нематериальное культурное наследие*