

İQTİSADİYYAT VƏ İDARƏETMƏ

UOT 331.5

Vilayət İsmaylov

Azərbaycan Əmək və Sosial Münasibətlər Akademiyası, i.e.d., p.v.i.e.

ismaylov1953@mail.ru

<https://orcid.org/0000-0003-0892-0365>

BEYNƏLXALQ TURİST AXINININ MƏŞĞULLUĞA TƏSİRİ ASPEKTLƏRİ

Məqalədə beynəlxalq turizm axınlarının mövsümliliyinin dünyanın regionları üzrə bölgüsünə təsiri və turizm və səyahətlər sferasının müxtəlif ölkələrin müqayisəli təhlili əsasında ölkədə məşğulluq səviyyəsinə təsir aspektlərinin müəyyənləşdirilməsi nəzərdən keçirilir. Turizmin iqtisadiyyata verdiyi birbaşa və dolaylı töhfələri açıqlanmış, beynəlxalq turist axınlarını yaradan əsas turist bazarları qeyd edilmişdir. Turizm və səyahətlər sferası əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində çox əhəmiyyətlidir. Bu da dünyanın müxtəlif regionunda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün əlverişli turizm mənbələri və yeni turməhsulun aşkar edilməsinə, həmçinin turizmin inkişaf strategiyasının beynəlxalq standartlar səviyyəsində tərtib edilməsinə imkan yaradır.

Məqsəd – beynəlxalq turizm axınlarının mövsümliliyinin dünyanın regionları üzrə bölgüsünə təsiri və turizm sferasının ölkədə məşğulluq səviyyəsinə təsir aspektlərinin müəyyənləşdirilməsidir.

Metodologiya – müqayisəli və staistik təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın nəticələri – Turizmin iqtisadiyyata verdiyi birbaşa, dolaylı və induksiya edilmiş töhfələri açıqlanmaqla beynəlxalq turist axınlarını yaradan əsas turist bazarları qeyd edilmişdir. Turizm və səyahətlər sferası əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində əhəmiyyətliyi göstərilmişdir ki, bu da turizmin inkişaf etdirilməsi üçün əlverişli turizm mənbələri və yeni turməhsulun aşkar edilməsinə imkan yaradır.

Tədqiqatın əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, əldə edilən məlumatlar və nəticələr tədqiq edilən məsələnin əhəmiyyətini və onun öyrənilməsinin zəruriliyini dərk etməyə imkan verir.

Açar sözlər: *beynəlxalq turizm, regionlar, bölgü, əhali, məşğulluq, təmin edilmə*

1. Giriş

Turizm aparıcı sahələrdən biri olmaqla bir çox ölkələrdə dinamik inkişafa malik olan sənayeyə çevrilmişdir. Qeyd edək ki, dünya üzrə ümumi iş yerlərinin hər 7-ci iş yeri turizm biznesi ilə məşğul şirkətlərə aiddir. ÜTT-nin proqnozlarına görə, 2025-ci ilə qədər beynəlxalq turist səfərlərinin sayı təqribən 55-60% yüksələrək 1,6-1,7 milyard nəfər təşkil edəcəkdir. Həmçinin proqnozlara görə turistlərin gündəlik xərcləri (aviadaşımalar istisna olmaqla) qeyd edilən dövrdə 5 milyard dollara qədər artacaqdır [21].

Mövcud şəraitdə turizmin inkişafının təmin edilməsi bir sıra tendensiya ilə şərtləndirilir:

- xarici iqtisadi və siyasi amillərin təsirinə məruz qalma;

- turizm sferası həcmlərinin əlverişsiz şəraitdə sürətlə bərpa edilməsi qabiliyyəti [Kazıbaykızı, 2015: 265-269].

Dünyada baş verən maliyyə böhranı nəticəsində maliyyə bazarlarında yaranmış sabitlik turistlərin məzuniyyət vərdisləri, o cümlədən səyahətlərində bəzi dəyişikliklərin formalaşmasına gətirib çıxarmışdır: həmin dövr və sonrakı müddətdə turistlərin elektron vasitələrlə sifariş etdikləri bronların sayında artım müşahidə edilmiş, istirahət zamanı turistlərin sərfiyyat xərcləri isə azalma meylinə olmuşdur. Bütün bunlar isə turizm XX əsrin sonunda mədəniyyətin dərin kök salmış hissəsinə çevrilməsini əsaslandırır mühüm və vacib element hesab edilir.

Azərbaycanda turizm inkişaf edən bir kompleksdir. Ona görə də bazarda yeni iş formaları, həmçinin turizm sənayesində qarşıya çıxan problemlərin həlli yolları araşdırılır və yeni yolların tapılmasına cəhd göstərilir. Son illərdə olan COVID 19 virusunun yayıldığı dövr istisna olmaqla turizm sferasının sürətli inkişaf tempinin almasına baxmayaraq hazırda bu sferanın ölkə ÜDM-nin tərkibində xüsusi çəkisi (5,5-6,9%) çox da yüksək kəmiyyət göstəricisinə malik olmamışdır [25].

Ümumilikdə ölkə iqtisadiyyatı məhdud resurslardan istifadə etməklə optimal səmərənin əldə edilməsi ilə şərtləndirilir. Belə ki, istənilən sahədə olduğu kimi, turizm sferasının da məhdud iqtisadi amilləri və ya resursları insanın psixoloji və fiziki ehtiyaclarını ödəmək üçün nəzərdə tutulur.

Turizmin digər sahələrdən fərqli xüsusiyyətindən biri də onun mövsümi fəaliyyət sferasına aid edilməsidir. İqtisadi ədəbiyyatlarda mövsümlü müəyyən turizm məkanını ziyarət etmiş insanların sayının dəyişmə dinamikasını özündə əks etdirən çoxistiqamətli iqtisadi kateqoriya kimi baxılması qeyd edilir. Həm də mövsümlük turizm bazarının, əmək bazarının və maliyyə axınlarının marketinq siyasətinə təsir edir. Bu gün mövsümlü iqtisadiyyatın bütün sahələrinə təsiri danılmazdır. Belə ki, turizm kommertiya istiqamətlidir və istənilən biznes mövsümü dəyişikliklərə məruz qalır. Turizm bazarında maksimal gəlir əldə etmək üçün öyrənilməli olan mühüm amillərdən biri də mövsümlülikdir [Konstantinova, 2019: 1-8]. Biznes terminlərinin lüğətində ilin fəslinin dəyişməsi, müəyyən işlərin yerinə yetirilməsi dövrü, həmçinin adət-ənənələr, bayramlar və s. ilə bağlı iqtisadi proseslər mövsümü hesab edilir.

Qeyd edək ki, bir sıra tədqiqatlarda turizm mövsümlüyü ildən-ilə təkrarlanan turizm fəaliyyəti kimi müəyyənləşdirilir. Bu isə tədqiq edilən ərazi (region) üçün xarakterik olmaqla rekreasiya şərtlərinin dəyişməsi ilə şərtləndirilir [Şarafanova, s.30-40].

2. Materiallar və metodlar

Azərbaycan Respublikasında qəbul edilmiş turizm sferasının inkişafının strateji yol xəritəsində qeyd edildiyi kimi, turizm sektorunun fəaliyyəti və inkişafı nöqtəyi nəzərdən ölkəmizin mövcud resursları bu sferanın inkişafı üçün əlverişli imkanlar açmışdır. Odur ki, turizm sferası inkişaf etmiş bir sıra ölkələrdən fərqli olaraq bu sahənin tələb edilən səviyyədə inkişaf etdirilməsinə dəstək məqsədi ilə dövlətimiz xüsusi siyasət yürüdür və həmin siyasətdə turizmin inkişaf strategiyası və onun mərhələlərlə həlli əsas şərtlər kimi ön planda yer almışdır [1]. Azərbaycan Respublikasında nadir təbiət yerləri, mədəniyyət, memarlıq abidələri, o cümlədən UNESCO tərəfindən ümumdünya irs siyahısında qeydiyyatda alınmış dünya əhəmiyyətli 38-ə yaxın memarlıq abidələri: Atəşgah, İçəri şəhər, Məhəmməd məscidi, Qız qalası, Şirvanşahlar sarayı, Seid Yəhya və Şirvanşahlar türbələri və s. mövcuddur [22]. Onu da qeyd edək ki, Azərbaycan dünya üzrə beynəlxalq turist axınının yalnız 0,0002-0,0003%-ni qəbul edir. Halbuki, ölkəmizdə təxmini hesablamalara görə il ərzində 10 milyon turist qəbul etmək üçün imkan vardır. Qeyd edək ki,

Azərbaycanda da turizmin inkişafına dünyada baş verən fəvqəladə vəziyyət (COVID-19 pandemiyası) mənfi təsirini göstərmiş, bu da pandemiya əvvəlki ildə (2019-cu il) qəbul edilmiş turistlərin sayından 3,15 dəfə çoxdur [2, s.21-25].

Turizm, COVID-19 pandemiyasının baş verməsi fonunda səhiyyə, sosial və iqtisadi vəziyyətdəki görünməmiş fəvqəladə vəziyyətdən sonra 2020-ci ildə müşahidə tarixinin ən ciddi böhranını yaşadı. Bu böhran 2020-ci ildə beynəlxalq turistlərin (gecələmə ilə gələn qonaqların) sayının əvvəlki 2019-cu ilə nisbətən 74% azalması ilə nəticələndi ki, bu da beynəlxalq turistlərin səfərlərə çıxmasına mənfi təsirini göstərdi və dünya üzrə turizm sferası 1,3 trilyon ABŞ dolları məbləğində ixracdan əldə edilən gəlirlərin itirilməsi ilə qarşılaşdı. Qeyd edək ki, bu fəvqəladə vəziyyət zamanı turizm sferası 2009-cu ilin global iqtisadi böhranı zamanı qeydə alınmış ümumi itkilərdən 11 dəfə çoxdur.

Dünya İqtisadi Forumunun 2021-ci il üzrə turizm və səyahət sahəsində illik məruzəsinə görə Azərbaycan xarici turistlər üçün cəlbediciliyinə görə dünyada 194 ölkə işərisində ortadan bir neçə pillə yuxarıda (72-ci) yeri tutmuşdur. Turist axını dedikdə, turistlərin müəyyən bir yerdən, yaşayış yerindən (bazar-təchizatçı) hər hansı resursa və turist təklifinə (bazarı qəbul edən) malik olan digər yerlərə (cazibə nüvəsi) dəyişdirilməsi nəzərdə tutulur. Turist istiqamətlərinin dəyişdirilməsi və konyunktural dəyişməsi motivasiyalı (həddən çox yüklənmiş və səs-küylü mərkəzlərdən yorulma), iqtisadi (inflasiya, valyutaların meyl etməsi), sosial və s. səbəblər ilə şərtləndirilə bilər.

Beynəlxalq səviyyədə turist axınlarını yaradan əsas turist bazarları aşağıdakılardır:

- Avropada: Mərkəzi Avropa və Şimali Avropa bazarları (Almaniya, Benilüks ölkələri, Böyük Britaniya, Fransa, Skandinaviya yarımadası ölkələri);

- Amerikada: Kanada və ABŞ;

- Asiyada: Yaponiya.

Turistləri qəbul edən əsas beynəlxalq bazarlara isə aşağıdakılar aiddir:

- Avropada: Aralıq dənizi ölkələri Avropa, Asiya və Afrika ölkələri; xüsusilə Avropa İttifaqı ölkələri arasında Avropadaxili mübadilə mühüm rol oynayır;

- Asiyada: Yaxın Şərq (İsrail, Misir, Türkiyə, İordaniya, Suriya); İndostan yarım adaları: Hindistan, Nepal; Cənub-Şərqi Asiya ölkələri: Tailand, Filippin, İndoneziya və s.;

- Amerikada: ABŞ, Meksika, Karib ölkələri, Peru və Braziliya;

- Afrikada: Məğrib ölkələri, Misir, Keniya, Hind okeanının adaları (Seşel, Maldiv və Mavriki).

3. Nəticələr və müzakirə

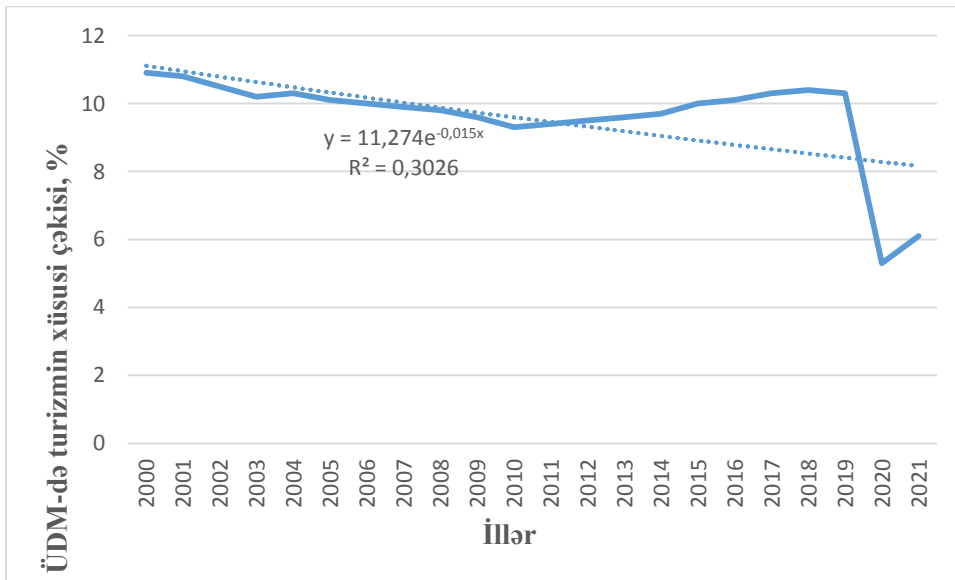
3.1. Turizmin iqtisadiyyata verdiyi töhfələr

Ümumdünya turizm və səyahətlər təşkilatı turizm təşkilatlarının struktur xüsusiyyətlərini aşkar etmək üçün Ümumdünya Turizm Təşkilatı, Dünya Turizm və Səyahət Şurasının metodologiyası əsasında turizm sektorunun iqtisadiyyata verdiyi töhfələr: birbaşa, dolay və fərdi təsir xarakterlərinə görə sistemləşdirilir [Kapustina, 2014: 35-43].

Turizmin iqtisadiyyata verdiyi birbaşa töhfələr birbaşa xidmət sferasında qeyd edilir ki, bu da turistlərə göstərilən xidmətin kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri ilə əlaqəlidir. Turizmin ölkə iqtisadiyyatına verdiyi dolay təsir isə bilavasitə geniş aspektli turizm və onunla əlaqəli müəssisələri əhatə edir ki, bunlar da ixtisaslaşdırılmış turizm müəssisələrinin fəaliyyətini və onlarda çalışan işçi personalı təmin edir. Qeyd edək ki, turizm sənayesi ölkənin ÜDM-də və xidmət sektorunda əlavə dəyərin yaradılmasını formalaşdırılmasına birbaşa töhfəsini verir. Əlavə müəssisələr və onunla əlaqəli müəssisələr nəzərə alındıqda isə bütün "turizm təsərrüfatı" kompleksinin dolay və induksiya edilmiş gəlirlərini artırır.

Turizm sferasının ölkə iqtisadiyyatına verdiyi töhfəni daha geniş aydınlaşdırmaq üçün onun ümumdünya ÜDM-də xüsusi çəkisinə nəzər yetirək (şəkil 1).

İqtisadi subyektlər arasında rəqabətin mövcudluğu iri təsərrüfat fəaliyyətinə malik olan müəssisələrin getdikcə bazarda fəaliyyət göstərən kiçik müəssisələri sıxışdırmasına səbəb olur, bu müəssisələr bazarda hakim mövqə əldə edir, bu zaman bazarda yüksək yüksək xüsusi çəkiyə malik olan müəssisələr iqtisadi hakimiyyətdə hökmran müvqeyə malik olur və bazarı əllərində cəmləşdirir [Burak, 2016: 58-63]. Beləliklə, istehsal konsentrasiya ayrı-ayrı müəssisələrdə, müxtəlif sahələrdə və ölkələrdə çox qeyri-bərabər şəkildə baş verir. XIX-XX əsrlərdə böyük müəssisələrin üstünlük təşkil etdiyi maddi istehsal sahələrindən fərqli olaraq, bu proses turizmdə nisbətən yaxın müddətdə, yəni 1970-ci illərdə başlamışdır. Lakin turizmdə istehsal konsentrasiyası, turizm sənayesinin bütün sektorlarını əhatə etməklə çox sürətlə onun bütün aspektlərini əhatə etməyə başlamışdır.



Şəkil 1. ÜDM-də turizm və səyahətlərin xüsusi çəkisi

Mənbə:[25] əsasında müəllif tərtib etmişdir

Bir sıra tədqiqatlarda turizm və mehmanxana biznesinin mənzil, iaşə və içki müəssisələri, nəqliyyat xidmətləri, turizm agentlikləri, turizm şirkətləri, təbii və mədəni turistik kimi sektorlarda müxtəlif iş imkanları yaratdığı qənaətinə gəlməmişdir [Sintayehn and etc.: 2016, 7-9].

Belə ki, turistlərin yerləşdirilməsi (yaşaması) və ictimai iaşə (qidalanma) sahələrində müvafiq olaraq nəhəng mehmanxana və restoran zəncirlərini formalaşdırmışdır. Dünyanın aparıcı mehmanxana və restoran zəncirinə malik yerləşdirmə vasitələri və ictimai iaşə obyektlərinin tərkibində olan daşınmaz əmlakların sayı cədvəl 1-də verilmişdir.

Təhlil göstərir ki, dünyanın ən nəhəng aparıcı mehmanxana şirkətləri içərisində ilk beşlikdə Wyndham Otel və Kurortları (8941 daşınmaz əmlak obyektı), Beynəlxalq Marriott (7662 daşınmaz əmlak obyektı), Dünya Hotellər (7111 daşınmaz əmlak obyektı), Hilton (6619 daşınmaz əmlak obyektı) və İCH Otel və Kurortları (5959 daşınmaz əmlak obyektı) yer alır. Bu 15 aparıcı mehmanxana şirkətləri içərisində sonuncu beşlikdə (11-15 yerlərdə) yerləşmiş Westmont Hospitality Group - 736 daşınmaz əmlak obyektı, Red Roff

-668 daşınmaz əmlak obyektı, Extended Stey Mnenca - 653 daşınmaz əmlak obyektı, Highdate -366 daşınmaz əmlak obyektı və Apple Hospitality RPT - 232 daşınmaz əmlak obyektlərinə malikdir. Onu da qeyd edək ki, aparıcı mehmanxana şirkətləri üzrə sonda yerləşən Apple Hospitality RPT-nin daşınmaz əmlak obyektlərinin sayı Wyndham Otel və Kurortları ilə müqayisədə 38,5 dəfə və ya 8709 vahid çoxdur.

Cədvəl 1

Aparıcı mehmanxana şirkətlərinin 2021-ci ilin sentyabrına olan daşınmaz əmlak obyektlərinin sayı, vahid

S/N	Dünyada ən nəhəng mehmanxana və restoran zəncirinə malik olan yerləşdirmə vasitələri və ictimai iaşə obyektləri	Ən nəhəng otel və kurortların tərkibində olan daşınmaz əmlakların sayı
1	Wyndham Otel və Kurortları	8941
2	Beynəlxalq Marriott	7662
3	Dünya Hotellər	7111
4	Hilton	6619
5	İCH Otel və Kurortları	5959
6	Best Western Otel və Kurortları	4039
7	Radisson Otel Group	1615
8	C6 Qonaqpərvərlik	1393
9	Aimbridge Hospitality	1380
10	Hayat Hotels Corporation	1020
11	Westmont Hospitality Group	736
12	Red Roff	668
13	Extended Stey Mnenca	653
14	Highdate	366
15	Apple Hospitality RPT	232

Mənbə: [21] məlumatları əsasında müəllif tərtib etmişdir

3.2. Turizmdə rəqabət indeksi göstəriciləri

Dünya iqtisadi forumu hər il səyahət və turizmin rəqabət qabiliyyət indeksi üzrə 195 ölkənin reytingini müəyyən edir. Ölkələrin reyting sırasının müəyyənləşdirilməsində ümumi mənbələrin məlumatlar kombinasiyası, beynəlxalq informasiya təşkilatları, səyahət və turizm sferasının ekspertlərinin məlumatlarından istifadə edilir. Bu məlumatlar səyahət və turizm sektorunun təkmilləşdirilməsinə şərait yaratmağa çalışan dövlətlərin düzgün qərar qəbul etməsinə əlverişli şəraiti təmin edir. Təhlil prosesində məqalədə ən qabaqcıl ölkələrlə müqayisə (bençmarkinq) və dövlətlərarası reqressiv təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

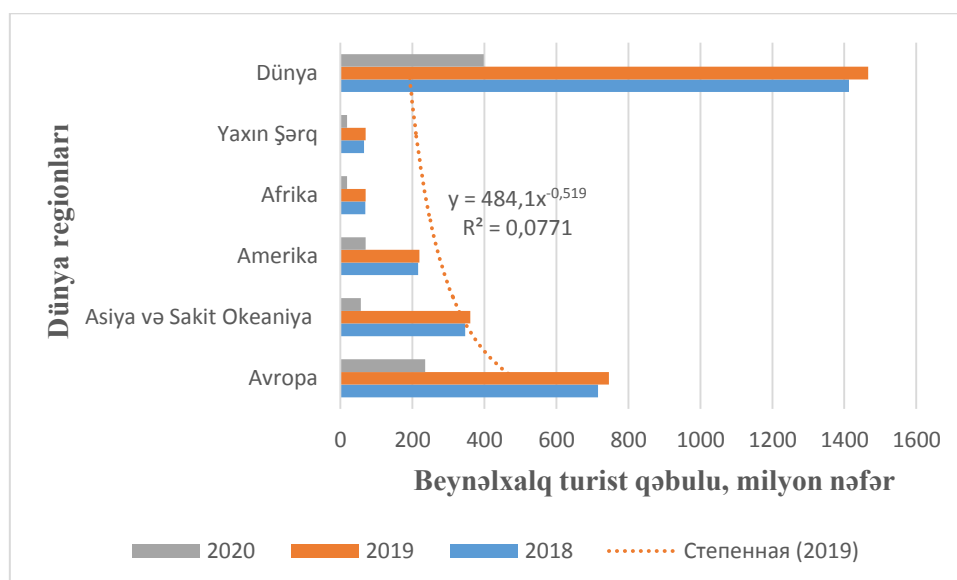
Aparılmış təhlilin nəticələri göstərir ki, turizm sferasında rəqabət indeksinin orta göstəricisinə görə onluq lider ölkələr sırasında İspaniya, Fransa, Almaniya, Yaponiya, ABŞ, Avstraliya, İsveçrə, İtaliya və Kanada (5,43-4,97 bal hədudu) yer almışdır [28]. Son onluq ölkələr sırasında isə Burundi, Çad, Yəmən, Mavritaniya, Konqo DR, Serra-Leone, Mali, Nigeriya, Lesoto və Kamerun (2,88-2,44 bal hədudu) yerləşmişdir. Keçmiş sövətlər ittifaqı ölkələri içərisində onluq ölkələr sırasında Estoniya, Rusiya, Latviya, Litviya, Azərbaycan, Gürcüstan, Qazaxstan, Ermənistan, Ukrayna, Qırğızıstan (4,23-5,31 bal hədudu) yerləşmişdir. Səyahət və turizmin rəqabət qabiliyyəti indeksinə görə 195 ölkə

üzrə Azərbaycan 73-cü sırada yer almışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkələr üzrə turizmin rəqabət qabiliyyətini əks etdirən 14 komponent əsasında aparılmış qiymətləndirilməməyə görə dünya üzrə turizm sferasında ən yaxşı istiqamətlərin hərtərəfli xəritəsini vermək mümkündür. Qiymətləndirmə göstəricilərindən biri turizm sferası infrastrukturunun ölkədə inkişafı hesab edilir ki, bu da ölkənin turistləri qarşılama və yerləşdirilmə vəziyyətinin nə dərəcədə yaxşı olmasını müəyyən edir, hər 100 nəfərə görə mehmanxana yerlərinin sayını, turizm infrastrukturunun miqdarını, eyni zamanda hər 1000 nəfər yaşlı əhaliyə düşən bankomatların sayını nəzərə alır [Roudi and etc, 2019:1280-1300].

2018-2020-ci illərdə dünya üzrə regionlarda beynəlxalq turist qəbulunun müqayisəli təhlili göstərir ki, 2018-ci ilə nisbətən 2019-cu ildə Avropa regionunda bu göstərici 30.3 milyon və ya 4.2% artmış, 2020-ci ildə isə 480.9 milyon və ya 67,2% azalma olmuşdur. Bu göstərici müvafiq olaraq 2019-cu ildə Asiya və Sakit Okeaniya regionunda 13.9 milyon və ya 4% artmış, 2020-ci ildə isə 289.4 milyon və ya 83.5% azalmışdır. Həmçinin Amerika regionunda beynəlxalq turist qəbulu müvafiq olaraq 2019-cu ildə 3.3 milyon artmış və 2020-ci ildə isə 146.3 milyon azalmışdır. Afrika regionunda bu göstərici müvafiq olaraq 2019-cu ildə 1.4 milyon artmış və 2020-ci ildə isə 50.5 milyon azalmışdır. Eyni zamanda həmin göstərici Yaxın Şərq regionunda 2019-cu ildə 5 milyon artmış, 2020-ci ildə 47.3 milyon azalmışdır. Bu göstərici üzrə ümumdünya üzrə 2019-cu ildə 0,053 milyon artım, 2020-ci ildə isə 47.3 milyon azalma müşahidə edilmişdir.

2020-ci ildə Asiya-Sakit Okean regionunda beynəlxalq səfərlərin sayı 83.5% azalmış, ötən illə müqayisədə təxminən 303.3 milyon az olmuşdur. Yaxın Şərq və Afrikada gələnlərin sayı 51.8 milyon və ya 74% azalmışdır. Avropaya gələnlərin sayı azalmış və 235.1 milyon təşkil etmişdir. Bu da 2018-ci ilin beynəlxalq turist qəbulu sayından 67.2% azdır. Ümumilikdə Şimali və Cənubi Amerikada beynəlxalq turistlərin qəbul edilmiş sayında 2018-ci ilə nisbətən 2020-ci ildə azalma 67.7% təşkil etmişdir. Regionlar üzrə 2018-ci ilə nisbətən 2020-ci ildə beynəlxalq turist qəbulunda 1015 milyon və ya 71.8% azalma olmuşdur (şəkli 2).



Şəkil 2. Regionlar üzrə beynəlxalq turist qəbulu
Mənbə:[21] məlumatları əsasında müəllif tərtib etmişdir

İşsizlik probleminin yumşaldılması zamanı (vətəndaşların xaricə axını ölkədə işsizliyin gərginliyini azaldır, əmək təklifini azaldır) müsbət nəticələrlə yanaşı, müəyyən regionlardan turistlərin axını ilə bağlı yarana biləcək mənfi nəticələr də nəzərə alınmalıdır. Belə ki, regionda işçi qüvvəsi kifayət sayda deyilsə, o turizm sənayesində, həmçinin kənd təsərrüfərində müəyyən durğunluğun yaranmasına təsir göstərə bilər. Kənd rayonlarından şəhər yerlərinə əhalinin miqrasiyası səhiyyə və maarifləndirmə kimi qeyri-istehsal sahələrinə yükü artıracaq. Həmçinin, turizm təsərrüfatına əlavə yatırımlara sərf olunan investisiya resursları lazım olan sahələrə yönəldilə bilməyəcəkdir.

Məsələn, Azərbaycana xarici turistlərin daxil olması ilə müqayisədə turistlərimizin xaricə getməsinin üstünlüyü ölkədəki valyuta vəsaitlərinin digər ölkələrin iqtisadiyyatına faktiki köçürülməsinə gətirib çıxarır. Statistik məlumatlar göstərir ki, xarici ölkələrə gedən yerli turistlərin sayı həddən çoxdur və bu iki göstəricinin nisbəti Azərbaycanda 2015-ci ildə 1:2.04 və 2020-ci ildə 1:1.46 hüdudunda olmuşdur [2, s.20]. Onu da qeyd etmək ki, turizm sferası iqtisadi sahələr içərisində öndə gedən inkişaf etmiş ölkələrdə bu göstəricilər 1:5 nisbətində olduqda həmin ölkə iqtisadiyyatının inkişafı üçün yararlı hesab edilir. Azərbaycanda getmə turizminin daha sürətli inkişafının qarşısını alan əsas amil əhalinin əsas hissəsinin pul gəlirlərinin alıcılıq qabiliyyətinin aşağı olmasıdır. Çünki dünyadakı son illərin böhranı, Rusiya ilə Ukrayna arasındakı hərbi münaqişə və pandemiyanın son dalğaları istər-istəməz əhalinin pul gəlirlərinin alıcılıq qabiliyyətinə mənfi təsir göstərmişdir. Əgər yaxın illərdə bu mənfi tendensiyanı dəyişmək və gəlirlərin artımını stimullaşdırmaq mümkün olarsa, ölkədə yerli əhalinin öz ərazilərimizdə turistik səyahətlərinin təşkilinə müsbət təsir göstərəcək və turizmin sürətli inkişafının əldə edilməsinə nail olunacaqdır.

Beləliklə, Azərbaycana xarici turistlərin girişinin ən mühüm təşkilati-iqtisadi problemlərini iki əsas məsələyə aid etmək olar. Bir tərəfdən, Azərbaycanda yaşayan əhalinin həyat səviyyəsi və rifahının yüksəlməsi ilə səyyar turizmin həcmi artacaq ki, bu da, şübhəsiz, ölkə istehlakçısının turizm xidmətlərinin keyfiyyətinə tələbkarlığını artıracaqdır. Bu zaman isə həm xidmət standartının, həm də turizm xidmətlərinin qiymətlərinin səviyyəsinin tənzimlənməsinə ehtiyac duyulur. Digər tərəfdən, ölkəyə giriş turizmi valyuta daxilolmalarının mühüm mənbəyidir. Giriş turizminin həcmində azalma turistləri qəbul edən yerli firmalardan xarici ölkələrdən gələn turistlərdə ölkəmizə marağın olmamasının səbəblərini təhlil etməyi tələb edir. Bu baxımdan, fikrimizcə turizm, cəmiyyətin həyatının bu sahəsinin fundamental müəyyənləşdirilməsinin demək olar ki, bütün aspektləri üzrə ölkə iqtisadiyyatına təsir göstərir.

3.3. Turizmin məşgullüğe təsiri aspektləri

Beynəlxalq turizm bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün valyuta daxilolmalarının mühüm mənbəyinə çevrilmişdir [İsmayilov, 2017: 562-569]. Turizmin getdikcə daha çox ölkənin iqtisadi inkişafında artan əhəmiyyəti beynəlxalq turizmdən gələn daxilolmaların getdikcə artacağı ehtimalını təsdiqləyir. Ümumdünya turizm və səyahətlər Şurasının məlumatına görə, 2021-ci ildə dünya turizmində məşğul olanlar bütün iqtisadiyyat sahələrində məşğul olanların 9,9%-ni təşkil edir. Proqnozlar göstərir ki, 2022-ci ildə turizmdə işləyənlərin sayı dünyada məşğul olan əhalinin 10,2%-ni təşkil edəcəkdir.

2018-2019-cu illərdə ilk onluqda yer almış dünya ölkələri və Azərbaycanda turizm üçün xarakterik sahələrdə məşğul olanların sayının təhlili göstərir ki, yalnız Anqolada bu istiqamətdə məşğul olanların sayında 363 min nəfər artım olmuşdur. Lakin bu artımın olmasına baxmayaraq 2018-ci ildə həmin ölkənin reyting sırası əvvəlki ilə nisbətən bir pillə geriləmiş və 11-ci sırada yer almışdır. Qeyd etmək ki, müqayisə edilən ölkələr içəri-

sində turizm üçün xarakterik sahələrdə məşğul olanların sayında ən az azalma Belorusda (1000 nəfər), Çilidə (4000 nəfər) və Azərbaycanda (6000 nəfər) təşkil etmişdir.

Bu göstərici üzrə ən çox azalma reyting sırasında ikinci yerdə duran Filippində - 349 min nəfər, İspaniyada-69 min nəfər, Yunanıstanda-27 min nəfər, Türkiyədə-21 min nəfər, Morokkoda-17 min nəfər və Əlcəzairdə-12 min nəfər olmuşdur. Həmçinin müqayisə edilən ölkələr içərisində 2018-ci ilə nisbətən məşğul olanların sayında azalma faizi Yunanıstanda 7,8%; Filippində-6,1%; Əlcəzairdə-3,8%; Morokkoda-3% və İspaniyada-2,6% təşkil etmişdir. Müqayisə edilən ölkələr sırasında ən az azalma faizi Belorusda-0%; Çilidə-0,9% və Türkiyədə-1,9% olmuşdur. Reyting sırasında ən çox geriləmə Azərbaycanda olmuş və 2018-ci ildə olan reytingdən (20-ci sıra) 2019-cu ildə 26-cı sıra aşağı enərək 46-cı sərəya düşmüş, Belorusda isə bu göstəricidə 14 sıra geriləmə olmuşdur.

Bizə elə gəlir ki, 2018-ci illə müqayisədə turizm üçün xarakterik sahələrdə məşğul olanların sayında 2019-cu ildə baş vermiş azalmanı artıq həmin ölkələrdə başlamış pandemiya vəziyyəti ilə əlqələndirmək olar (cədvəl 3). Həmçinin reyting sırasında da 2018-ci ilə nisbətən 2019-cu ildə bütün qeyd edilən ölkələrdə geriləmə olmuşdur. Reyting sırası üzrə gerilmə ən çox Azərbaycanda (26 sıra), Belorusda (14 sıra), Əlcəzair və Yunanıstanda (13 sıra) olmuşdur.

Cədvəl 2

Turizmlə əlaqəli sahələrdə məşğul əhəlinin sayı və bəzi ölkələrin reyting sırası, min nəfər

Ölkələr	İllər				2018-ci ilə nisbətən 2019-cu ildə artım (+) və ya azalma (-)
	2018	Reyting sırası	2019	Reyting sırası	
Filippin	5714	1	5365	2	-6,1%
İspaniya	2674	2	2605	4	-2,6%
Türkiyə	1600	3	1569	7	-1,9%
Morokko	565	4	548	13	-3,0%
Çili	442	5	438	15	-0,9%
İndoneziya	409	6	400	17	-2,2%
Yunanıstan	347	7	320	20	-7,8%
Əlcəzair	320	8	308	21	-3,8%
Belorus	243	9	242	23	-0,4%
Anqola	216	10	579	11	+1,68 dəfə
...
Azərbaycan	59	20	53	46	-10,1%

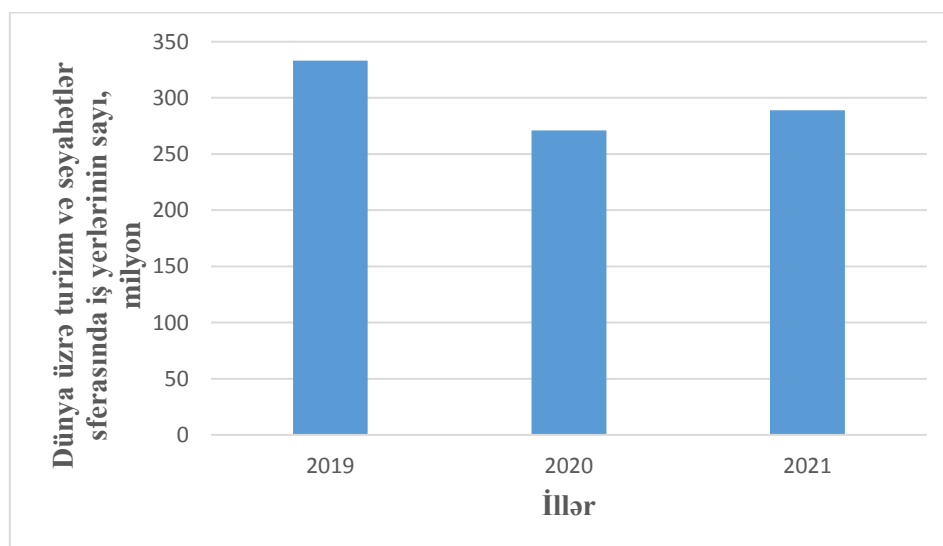
Mənbə: [Employment in Tourism Industries: 2018-2019] əsasında müəllif tərtib etmişdir

Azərbaycanda turizm üçün xarakterik sahələrdə məşğul olanların sayının müqayisəli təhlilinə əsasən qeyd edə bilərik ki, 2015-ci ilə nisbətən 2016-cı ildə 12,1%; 2017-ci ildə 5,3% və 2020-ci ildə 0,9% azalma olmuş, yalnız 2018-ci ildə 7,6% və 2019-cu ildə 19,2% artım olmuşdur. Fikrimizcə, 2015-ci ilə nisbətən 2018-2019-cu illərdə turizm üçün xarakterik sahələrdə məşğul olanların sayında bu artımın olması həmin illərdə ölkəyə səyahət edən beynəlxalq turistlərin sayının artımı və onlara xidmət edən personal tərkibinin artması ilə əlaqələndirilə bilər.

Dünya üzrə 2019-2021-ci illərdə turizm və səyahətlər sferasında yaradılmış iş yerlərinin sayının təhlili göstərir ki, 2019-cu ilin sonunda başlayan fəvqəladə pandemiya şəraitinin təsirindən növbəti illərdə bu sferada iş yerlərinin sayında 2020-ci ildə 62 milyon

və ya 18,6%; 2021-ci ildə isə 44 milyon və ya 13,2% azalma olmuşdur (diaqram 1) [28].

Tədqiqat göstərir ki, turizm sferası əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində əhəmiyyətli yerlərdən birini tutur. Bu da imkan verir ki, istənilən regionda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün əlverişli turizm mənbələri aşkar edilsin, yeni turməhsullar yaradılsın, turizm ehtiyatları dəqiq müəyyən edilsin və bu istiqamətdə hər bir regionun özünün inkişaf strategiyası əvvəlcədən tərtib edilə bilsin.



Diaqram 1. 2019-2021-ci illərdə turizm və səyahətlər sferasında iş yerlərinin sayı

Mənbə: [Sintayehn atc,2016: 12] məlumatları əsasında müəllif tərtib etmişdir

Dünya üzrə turizm və səyahətlər sferasında iş yerlərinin azalma tendensiyasının approksimasiya tənliyi (1) şəklində yazılır:

$$Y = -45.371 \ln(x) + 324.76 \quad (1)$$

(1) tənliyi turizm və səyahətlər sferasında yaradılan iş yerlərinin ədədi xüsusiyyətlərini və keyfiyyət xüsusiyyətlərini araşdırmağa imkan verir, tədqiq edilən məsələni daha sadə və ya daha rahat obyektlərin öyrənilməsinə istiqamətləndirir. Bu tənlik onu göstərir ki, dünya üzrə turizm və səyahətlər sferasının yaratdığı iş yerlərinin sayının nəzəri qiymətləri təcrübə qiymətlərə nisbətən yaxındır. Bu da həmin modelin adekvatlığını əks etdirir. Bundan əlavə, tədqiqatın nəticələri turizm və səyahətlər sferasının məşğulluğa təsiri arasında uzunmüddətli asimmetrik qarşılıqlı əlaqəni nəzərdə tutur.

Nəticə

Beynəlxalq turizm ölkələr üçün valyuta daxilolmalarının mühüm mənbəyinə çevrilməklə getdikcə daha çox ölkənin iqtisadi inkişafında əhəmiyyətini artırır və beynəlxalq turizmdən gələn daxilolmaların getdikcə artacağı ehtimalını təsdiqləyir. Son illərin böhranı, həmçinin Rusiya ilə Ukrayna arasındakı hərbi münaqişə və pandemiyanın son dalğaları istər-istəməz əhalinin pul gəlirlərinin alıcılıq qabiliyyətinə mənfi təsir göstərmişdir. Əgər yaxın illərdə bu mənfi tendensiyanı dəyişmək və gəlirlərin artımını stimullaşdırmaq mümkün olarsa, ölkədə yerli əhalinin öz ərazilərimizdə turistik səyahətlərinin təşkilinə müsbət təsir göstərəcək və turizmin sürətli inkişafının əldə edilməsinə nail olunacaqdır. Fikrimizcə, 2018-ci illə müqayisədə turizm üçün xarakterik sahələrdə məşğul olanların sayında 2019-2021-ci illərdə baş vermiş azalmanı artıq həmin ölkələrdə başlamış

və hal-hazırda da müxtəlif dalğaları ilə davam edən pandemiya şəraiti ilə əlqələndirmək olar.

Turizm və səyahətlər sferası əhalinin məşğulluğunun təmin edilməsində çox əhəmiyyətlidir. Bu da dünyanın müxtəlif regionunda turizmin inkişaf etdirilməsi üçün əlverişli turizm mənbələri və yeni turməhsulun aşkar edilməsi və turizm ehtiyatlarının dəqiq müəyyən edilməsinə, həmçinin bu istiqamətdə onların inkişaf strategiyasının düzgün tərtib edilməsinə imkan yaradır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. “Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi”. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 6 dekabr 2016-cı il tarixli Fərmanı. –Bakı, -2016, -98 s.
2. Azərbaycanda turizm. Statistik məcmuə. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi.- Bakı, -2021, -99 s.
3. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика Туризма. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 210 с.
4. Бурак П.И., Зворыкина Т.И. Туризм в России больше, чем туризм/Стандарты и качество. – 2016. – № 2. – С. 58-63.
5. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства — М.: Академия, 2016. – 250 с.
6. İsmayilov V.İ., Almasov N.N., Mirzayev S. The programme of reduction and profiling of long-term unemployment in Azerbaijan. The journal of economic sciences: theory and practice. -Baku, -2021, -Vol.78, -pp.40-65
7. İsmayilov, V. I.The main directions of formation of tourism-recreation complex in Azerbaijan // -Moskou: Journal Business Economics, -2017. issue 2, -pp. 562-569
8. Казыбайкызы А., Муханова А.Е., Смагулова Ж.Б. Особенности и перспективы развития туризма в мире // Успехи современного естествознания. – 2015. – № 1-2. – с. 265-269;
9. Каурова, А. Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие / А. Д. Каурова. – М.; СПб.: Герда, 2004. – 317 с.
10. Капустина Л.М. Оценка конкурентоспособности России на мировом рынке туристских услуг / Л.М. Капустина, Н.Б.Изакова, В.В.Вязовская //-Москва: Известия Ур.ГУ, -2014, - с.35-43
11. Коблова А.А. Рекреационно-туристский комплекс как объект регионального управления / Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика». 2018. №2. С.11
12. Константинова В.А., Мараховская Г.С. Сезонность туристского рынка и методы противостояния ей // Современные научные исследования и инновации, -2019, -№ 12, -с.1-8
13. Meo M.S., Chowdhury, M.A.F. et al. Asymmetric Impact of Oil Prices, Exchange Rate, and Inflation on Tourism Demand in Pakistan: New Evidence from Nonlinear ARDL // -Grinviç: Asia Pacific Journal of Tourism Research, -2018. Vol. 23, -iss. 4, -pp. 408–422. URL: [Link](#)
14. Олюнина, И.В., Сотрудничество Беларуси и России в подготовке кадров для туристической индустрии: проблемы и перспективы / И.В. Олюнина, Э.Л. Малиновская //-Минск: Международная конференция, -1 апреля 2016, -110 с.
15. Pereira Cr. Comfortable Experiences in Nature Accommodation: Perceived Service Quality in Glamping // Journal of Outdoor Recreation and Tourism, -2017, - Vol. 17, -pp.77-83
16. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия, Инфра-М, 2016. – 536 с.
17. Roudi, S., Arasli, H., Akadiri, S.S. New Insights into an Old Issue – Examining the Influence of Tourism on Economic Growth: Evidence from Selected Small Island Developing States // Las Vegas: Current Issues in Tourism, -2019. Vol. 22, -iss. 11, -pp. 1280–1300. URL: [Link](#)

18. Шарафанова Е.Е. Стратегическое планирование развития туристских организаций и гостиничных комплексов: монография / Е.Е. Шарафанова; Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. – СПб., -2015. – 180 с.
19. Employment in Tourism Industries. 2018-2019
20. Sintayehn A., Berhani F., Tesfaye S. Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sektors. Journal of Tourism & Hospitality.-2016, -vol.05 (06), -12 p.
21. World tourism organization (unwto) statistics
22. https://az.wikipedia.org/wiki/Azrbaycanda_qeydiyyatda_alınmış_dünya_əhəmiyyətli_məmarlıq_abidlərinin_siyahısı
23. <https://www.unwto.org/publications>
24. https://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/unwto_barom21.pdf
25. Stattur.ru/statistics.php
26. <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info>
27. <https://www.google.com/search?2018&aqs=chrome..69i57.69365j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
28. <https://www.statista.com/statistics/1315727/investment-in-hotel-real-estate-in-france/>
29. <https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/>

Виляят Исмаилов

АСПЕКТЫ ВЛИЯНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТСКОГО ПОТОКА НА ЗАНЯТОСТЬ

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается влияние сезонности международных туристских потоков на распределение по регионам мира и выявление аспектов влияния сферы туризма и путешествий на уровень занятости в стране на основе сравнительного анализа различных стран. Раскрыты прямые и косвенный вклады туризма в экономику, отмечены основные туристские рынки, формирующие международные туристские потоки. Сфера туризма и путешествий очень важна для обеспечения занятости населения. Это позволяет выявить благоприятные туристские ресурсы и новый продукт для развития туризма в различных регионах мира, а также разработать стратегию развития туризма на уровне международных стандартов.

Цель – выявление влияния сезонности международных туристских потоков на распределение по регионам мира и аспектов влияния сферы туризма на уровень занятости в стране.

Методология – использованы методы сравнительного и статистического анализа.

Результаты исследования – отмечены основные туристские рынки, формирующие международные туристские потоки, с раскрытием прямого, косвенного и индуцированного вклада туризма в экономику. Сфера туризма и путешествий продемонстрировала свою значимость в обеспечении занятости населения, что позволяет открывать благоприятные туристские ресурсы и новый продукт для развития туризма.

Значение исследования состоит в том, что полученные данные и результаты позволяют осознать значимость исследуемого вопроса и необходимость его изучения.

Ключевые слова: *международный туризм, регионы, распределение, население, занятость, обеспечение*

Vilayat Ismayilov

**ASPECTS OF THE IMPACT OF INTERNATIONAL TOURIST FLOW ON
EMPLOYMENT**

SUMMARY

The article examines the influence of seasonality of international tourist flows on the distribution by regions of the world and identifies aspects of the impact of tourism and travel on the level of employment in the country based on a comparative analysis of different countries. The direct and indirect contributions of tourism to the economy are revealed, the main tourist markets that form international tourist flows are noted. The sphere of tourism and travel is very important for ensuring employment of the population. This makes it possible to identify favorable tourist resources and a new product for the development of tourism in various regions of the world, as well as to develop a tourism development strategy at the level of international standards.

Purpose: The aim is to identify the influence of seasonality of international tourist flows on the distribution by regions of the world and aspects of the influence of tourism on the level of employment in the country.

Methodology – methods of comparative and statistical analysis were used.

The results of the study – the main tourist markets that form international tourist flows are marked, with the disclosure of the direct, indirect and induced contribution of tourism to the economy. The tourism and travel sector has demonstrated its importance in providing employment for the population, which allows opening favorable tourist resources and a new product for tourism development.

The significance of the study is that the data and results obtained allow us to realize the significance of the issue under study and the need to study it.

Keywords: *international tourism, regions, distribution, population, employment, provision*