

UOT 331.5

*Ülviyyə Kamran qızı Xəlilzadə,
magistrant, Azərbaycan Əmək və
Sosial Münasibətlər Akademiyası*

*Kərim Cənnət oğlu KƏRİMOV
Bakı Avrasiya Universiteti, magistrant
kerimkerimov75@gmail.com*

*Elmi rəhbər: i.e.d., Vilayət İbrahim oğlu İSMAYILOV,
ismaylov1953@mail.ru*

BEYNƏLXALQ TURİST AXINI AKTİVLİYİNİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI

Xülasə

Məqalədə müxtəlif yaş qrupları üzrə səyahət etmək istəyi olan insanların öncədən səyahət etmək məqsədlərinə uyğun olaraq turistik prioritetlərinin müəyyən edilməsi, turizm təşkilatlarının struktur xüsusiyyətlərini aşkar edən metodologiya əsasında turizm sektorunun iqtisadiyyata verdiyi töhfələrin (birbaşa, dolaylı və fərdi) təsir xarakterlərinə görə sistemləşdirilməsi və turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatına birbaşa töhfəsi ilə yanaşı, dolaylı, induksiyaedici və məcmu töhfəsinin müəyyənləşdirilməsi məsələlərinə baxılmışdır. Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün Moskva-Bakı-İran, Bakı-Gürcüstan-Türkiyə transavropa və transasiya kommunikasiya dəhlizinin, Ukrayna və Rusiyanı birləşdirən Bakı-Moskva marşrutunun, eləcə də Orta Asiya ölkələrini Xəzər dənizi vasitəsilə birləşdirən su yolundan istifadənin mühüm əhəmiyyətinin nəzərə alınmasının vacibliyi qeyd edilmişdir. Məqalədə belə bir nəticəyə gəlinir ki, turist axınlarının inkişafının qarşısını alan amil turist təklifinin turist tələbindən geri qalması, turist təklifinin qeyri-elastikliyi, yəni təchizatçıların bazar durumunun dəyişməsinə reaksiyasının nisbətən aşağı sürətinin olmasıdır.

Məqsəd - beynəlxalq turist axınının aktivliyinin nəzəri-metodoloji əsaslarının tədqiq edilməsi və bu istiqamətdə müvafiq təkliflərin verilməsidir.

Metodologiya - məqalədə iqtisadi təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın nəticələri - turizmin formalaşması və aktivliyinin nəzəri-metodoloji əsaslarının tədqiq edilməsi Azərbaycanda beynəlxalq turizmin mövcud vəziyyətinin təhlilinin aparılaraq çatışmazlıqlarının aşkarlanması və onların aradan qaldırılması istiqamətində müəyyən təkliflərin verilməsini şərtləndirir.

Açar sözlər-turizm, prioritetlər, turizmin töhfəsi, turist axını, inkişaf, qarşısını alan, amil.

Giriş

Beynəlxalq turizmin düzgün təşkili bir çox amillərlə xarakterizə olunur ki, bunlara da turizmin statistik uçot problemləri, turis axınının statistikasi, turist xərcləri və onun strukturu, beynəlxalq turizmin statistikasının təkmilləşdirilməsi istiqamətləri, turist tələbatı və s. aiddir. Bu qeyd etdiyimiz məsələlər xüsusilə turizm sənayesinin müəyyənləşdirilməsində əsas amillər kimi iştirak edirlər. Bütün bunlar isə milli iqtisadiyyatın inkişafında turizmin yeri və rolunu və onun iqtisadi töhfəsini qiymətləndirmək cəhdlərinin təkamülünü müəyyən dərəcədə əks etdirir.

Beynəlxalq turizm bazarının daha dərinəndən dərk edilməsi və təkmilləşdirilməsi məqsədilə “*turist tələbatı*” baza anlayışından başlayır ki, bu da “*turizm təklifi*” kateqoriyası ilə yanaşı, turizmin iqtisadi sistem kimi ayrı-ayrı problemlərinin və bütövlükdə onun fəaliyyət mexanizminin başa düşülməsi üçün başlıca əhəmiyyətə malikdir [9, s. 77-83]. Qeyd edək ki, turizm tələbatı konsepsiyasında istehlakçıya prioritet yer verilir.

Material və metodika

Dünya təsərrüfatı sistemində beynəlxalq turistlərin qəbulu və onun axınının sürətləndirilməsi istiqamətində turizmin beşiyi rolunu Avropa oynayır. Qeyd edək ki, dünyada qəbul edilən ümumi

beynəlxalq turist sayının 2/3-si Avropa ölkələrinin, o cümlədən İsveçrə, Niderland, Almaniya, Fransa, Polşa və s. ölkələrin payına düşür. Həmçinin bu məkanda yerləşən ölkələrdən xaricə gedən beynəlxalq turistlər dünya üzrə turistlərin ümumi sayı ilə eynidir.

Məlumatlara əsaslanaraq demək olar ki, adətən Aropa əhalisi turizm səyahətinə öz qitə ölkələrində gəzməyi seçsələr də hazırda nadir hallarda da olsa belə digər qitə ölkələrini seçim edirlər. Beləliklə, turizmin spesifik xüsusiyyəti kimi fərqli ölkələrdən bir istiqamətə səyahət edən insanlar arasında qaynayıb-qarışma vasitəsi olması olduqca mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu baxımdan, turizmin sürətlənməsinin dəqiq araşdırılması və mövcud çatışmazlıqların aşkar edilməsi məqsədilə turizmin hökumət və dövlətlərarası münasibətlərə təsirinin geniş təhlilinin aparılması da vacib şərtlərdəndir və bu zaman aşağıdakılara xüsusilə fikir verilməsini məqsədəuyğun hesab edirik:

Dünyada mövcud durumla bağlı ölkələr arası səyahətlər iki, ikidən artıq istənilən ölkənin hər-tərəfli vəziyyətini müəyyənləşdirmək məqsədilə təhlükəsizlik orqanları tərəfindən ezam olunan, həmçinin kəşfiyyatçıların istifadə etdiyi və ən çox yayıldığı vasitələrdən biri hesab edilir. Məhz bu yollarla ölkələrin xüsusi agentləri və kəşfiyyatçıları istənilən ölkə ərazisinə səfər etməklə onların xüsusi mühafizə orqanlarının diqqətini istiqamətləndirmədən mühüm obyektlərlə (dövlət üçün vacib) tanış olmaq məqsədi ilə yerli əhali arasından xüsusi əraziyə dəqiq bəlli olanları tapmaqla gizli işlər haqqında məlumatlar toplayaraq ötürməyi bacarırdılar. Həmin dövrdən başlayaraq fərqli ölkələrə insanların səyahət etmə (gəzmə) ideyaları inkişaf tempinə malik olmağa meyilli oldu və bu aspekti əhatə edən şəxslərin gəzmək istəklərinin çoxluq təşkil etdiyi dövlətlərdə onların qəbul edilməsi, məskunlaşdırılması, ərzaq məhsulları ilə tələblərinin ödənilməsi, ticarət və digərləri yaranmağa başladı. Bu baxımdan fərqli nəqliyyatdan istifadə etməklə seçdikləri məkana gələn səyahət amaçlı adamların son nəqliyyat vağzallarında, nisbətən şəhər mərkəzlərindən uzaqda yerləşmiş regionlarda onları qəbul edə biləcək məkanların təşkil edilməsi ilə əlaqəli məsələlər meydana gəldi. Habelə, yuxarıda qeyd etdiyimiz işlərin yerinə yetirilməsi məqsədilə ayrılmış pul vəsaitinin düzgün istiqamətə yönləndirilməsi, fərqli məqsəd üzrə səyahət etmək niyyətində olan səyahətçilərin istək və arzularını yerinə yetirə bilən təşkilatların formalaşdırılması, onların görə biləcəyi işləri əhatə edən tanıtım tədbirlərinin görülməsi və digər bununla əlaqəli məsələlər yaranmış oldu.

İstehlak bazarlarının böyük əksəriyyəti heterogendir, yəni müxtəlif xüsusiyyətlidir. Çünki alıcılar müxtəlif zövqlərə, istəklərə, vərdislərə, imkanlara və s. malikdirlər. İstehlakçılar bir-birindən nə qədər çox fərqlidirsə, çox məhsulun (xidmət) yaradılması da bir o qədər çətindir. Belə ki, elə yeni turməhsul yaradılmalıdır ki, həmin məhsul tamamilə hamını qane etsin. Bu baxımdan bütün alıcılar üçün hesablanmış reklam da bir o qədər faydasız olur. Rəqabətin kəskinləşməsi ilə istehsalçılar bazarda tələb olunan məhsulu təklif etmək üçün istehlak tələbatının ən kiçik məsələlərini belə əhatə etməyə və ya tutmağa çalışırlar [5, s.65-79]. Aşağıda əhalinin müxtəlif yaş qruplarının turistik prioritetləri qeyd edilmişdir (cədvəl 1.2.1).

Cədvəldə qeyd edilən prioritetləri müəyyənləşdirmək üçün qrup rəhbərləri öncədən onun iştirakçılarının istək və arzusunu öyrənməli və onların səyahət ərzində günlər üzrə hər seçim etmək istəkləri əsasında tərtib etməlidir. Burada səyahət etmək istəyi olan insanların öncədən səyahət etmək məqsədlərinə uyğun olaraq turistik prioritetlər müəyyən edilir. Məlum məsələdir ki, beynəlxalq turist axınının sürətləndirilməsi ölkələr üzrə bir nəfərə düşən ÜDM-in həcmindən və əhalinin gəlirlərindən birbaşa asılıdır. Son 20 il ərzində (2005-2020-ci illər) adambaşına ÜDM-in həcmində 4,86 dəfə artım olması onu sübut edir ki, Azərbaycanda əhalinin orta aylıq əməkhaqqı da artmışdır [1, s.18]. Bu isə bilavasitə ölkə əhalisinin həyat səviyyəsinin yüksəlməsini formalaşdırmış və xarici ölkələrə səyahət edilməsinin seçilmə ehtimalı üçün əlverişli mühit yaratmışdır. Onu da qeyd etmək ki, müqayisə dövründə əhalinin gəlirlərində 6,9 dəfə artım olmuşdur. Səyahət etmiş əhali arasında turizm məqsədini seçənlər içərisində aşağı gəlirli (orta aylıq əməkhaqqı 750 manatdan az olan) əhali 7-10%, orta gəlirli (750-1000 manat həddində) əhali 28-33% və yüksək gəlirli (1000-1500 manat həddində) əhali 57-65% təşkil etmişdir [1, s.10].

Cədvəl 1.2.1

Əhalinin müxtəlif yaş qrupları üzrə turistik prioritetləri

S/N	Tək gənc insanlar	Gənc ailə cütlükləri	Ailə cütlükləri	45-65 yaşlı qrup insanlar	63-65 yaşdan yuxarı yaşlı pensiyaçılar
1	Bar, klub və diskotekalara meyillilik	Passiv istirahət	Ailə ilə birgə istirahət	Səyahətlər etmək	Səyahətlər etmək
2	Günəş vannaları qəbul etmək	Dadlı yeməklər istəyi	Passiv istirahət	Passiv istirahət	Təbiətə gəzintilər etmək
3	Səyahətlər	Səyahətlər	Səyahətlər	Təbiətə gəzintilər etmək	Dadlı yeməklər istəyi
4	Passiv istirahət	Ailə ilə birgə istirahət	Günəş vannaları qəbul etmək	Dadlı yeməklər istəyi	Passiv istirahət
5	Təbiətə gəzintilər etmək	Günəş vannaları qəbul etmək	Dadlı yeməklər istəyi	Günəş vannaları qəbul etmək	Yaxın və dostlarla istirahət

Qeyd: [5, s.69-72] əsasında müəllif tərtib etmişdir.

Nəzəri mülahizələr

Bir neçə onilliklərdə ki, ÜTT dünyanın ən böyük iqtisadi sektorlarından biri kimi səyahət və turizm sektorunun əhəmiyyəti barədə məlumatları artırmaq və zənginləşdirmək məqsədilə 185 ölkədə əhalinin sıxlığı, vergitutma siyasətinin inkişafı və bir çox digər problemlər üzrə iqtisadi təsirlərin araşdırılmasını həyata keçirir.

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 (cədvəl 1.2.2). Turizmin ölkə iqtisadiyyatına verdiyi birbaşa töhfələr əsasən xidmət sferasında qeyd edilir ki, bu da turistlərə göstərilən xidmətlə 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 personalını təmin edir. Qeyd edək ki, turizm sənayesi ölkənin ÜDM-də və xidmət sektorunda əlavə dəyərin yaradılmasının formalaşdırılmasına birbaşa töhfəsini verir. Əlavə müəssisələr və onunla əlaqəli müəssisələr nəzərə alındıqda isə bütün “turizm təsərrüfatı” kompleksinin dolay və induksiya edilmiş gəlirlərini artırır.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazarın strukturu əhəmiyyətli dərəcədə istehsal həcmi və ya istehsal konsentrasiyası ilə müəyyən edilir. İqtisadiyyatda konsentrasiya prosesi dünya miqyasında nəzərdən keçirilən bir fenomendir. Bu fenomen, oliqopoliya və inhisarçılığın formalaşması zamanı təsərrüfat vahidlərinin durmadan genişlənməsi və ya böyüməsi (iriləşdirilməsi) ilə ifadə olunur. Belə ki, iqtisadi subyektlər arasında rəqabətin mövcudluğu nisbətən iri müəssisələrin tədricən xırda müəssisələri sıxışdırmasına səbəb olur, həmin tip müəssisələr bazarda hakim mövqeyə nail olurlar və bu zaman bazarda yüksək pay, yəni yüksək xüsusi çəkiyə malik olan müəssisələr iqtisadi həkimliyyəti əllərində cəmləşdirir [7, s. 35-43]. Beləliklə, istehsal konsentrasiyası 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.

Cədvəl 1.2.2

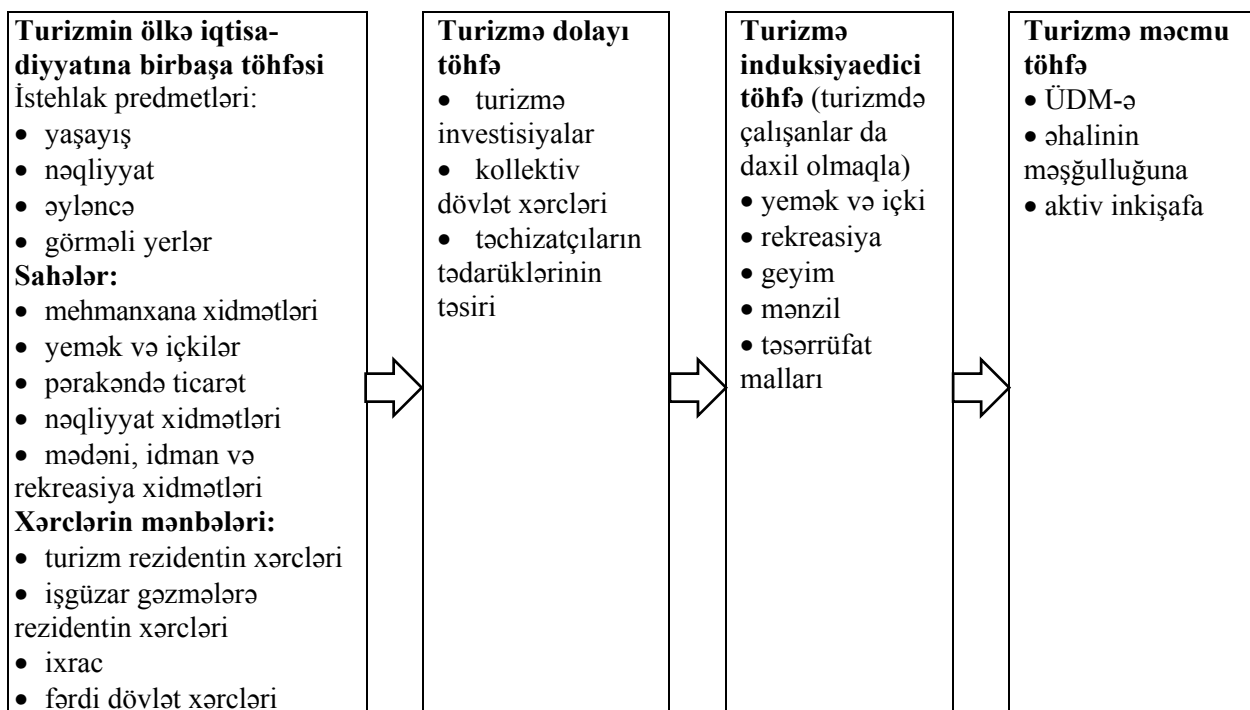
Turizm sektorunun iqtisadiyyata verdiyi töhfələr

Turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatına töhfələri		
Birbaşa gəlir	Dolayı gəlir	İnduksiya edilmiş gəlir
<p>Qonaqpərvərlik xidmətləri: yaşayış, qida, nəqliyyat, görməli yerlər və əyləncələr.</p> <p>Birbaşa təsir sahələri: mehmanxana və restoranlar, nəqliyyat, turagentlikləri, pərakəndə ticarət, mədəniyyət, idman, istirahət.</p> <p>Gəlirlərin daxilolma mənbələri: rezidentlərin turizm və səyahət üzrə xərcləri, turizm xidmətlərinin ixracı (qeyri-rezidentlərin xərcləri), rezidentlərin işgüzar səyahət xərcləri, fərdi dövlət xərcləri</p>	<p>Turizm sektoruna investisiyalar</p> <p>Kollektiv dövlət xərcləri</p> <p>Daxili tədarüklər və satınalmalar</p>	<p>İxtisaslaşdırılmış turizm müəssisələrinin maddi-texniki təchizəti</p> <p>Turizm sahəsində çalışan işçilərin həyat fəaliyyəti üçün mallar və xidmətlər: ərzaq, içkilər, geyim, mənzil xidmətləri və təsərrüfat malları</p>

Qeyd: [7, s. 35-43] əsasında müəllif tərtib etmişdir.

Belə ki, turistlərin yerləşdirilməsi (yaşaması) və ictimai iaşə sahələrində nəhəng mehmanxana və restoran zəncirləri formalaşmış, turizm şirkətləri arasında mütəşəkkil səyahətlərin əsas bazarlarına nəzarət edən bir sıra tuoperatorlar seçilmişdir ki, bu da onların sürətlə inkişafının nəticəsi hesab edilə bilər [5, s. 293-294].

Dedok V.M. ölkələrin turizm sferası üzrə xidmətləri ilə ticarət sahəsində rəqabətqabiliyyətliliyinin M. Porterin beynəlxalq rəqabət nəzəriyyəsi və reyting sistemi faktorları əsasında təhlilini aparmış və mehmanxana sənayesinin rəqabətliyini müəyyən edən amilləri geniş aspektdə nəzərdən keçirmiş və qeyd etmişdir ki, turizm sferasının inkişafında bu göstərici xüsusi əhəmiyyət kəsb edən amillərdən biridir [6, s. 1-8]. Həmçinin o, tədqiq etdiyi turizm sferasının ölkə iqtisadiyyatına töhfəsini dörd istiqamətə ayırmışdır. Fikrimizcə, bu məsələnin araşdırılması bilavasitə turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatına birbaşa töhfəsi ilə yanaşı, turizmə dolayı, induksiyaedici və məcmu töhfəsini müəyyənləməyə imkan verir (şəkil 1.2.1).



Şəkil 1.2.1. Turizm sektorunun ölkə iqtisadiyyatına birbaşa töhfəsi.

Qeyd: müəlliflər tərtib etmişdir.

Turizm xidmətlərinin beynəlxalq ticarəti ən yüksək gəlirli və dünya iqtisadiyyatı sektorları sırasında aktiv inkişaf edən sahələrdən biridir.

Tədqiqatlar göstərir ki, Azərbaycanda da beynəlxalq turizm sahəsinin inkişafında ümumi tendensiyalar vardır. Burada öndə gedən əsas problemlərdən biri turizmin prioritetlərinin müəyyənləşdirilməsi və istiqamətləndirilməsidir. Hazırda həm daxili, həm də beynəlxalq turizmin inkişafında yeni işlərin planlaşdırılması və icrası ilə bağlı məsələlər ixtisaslaşdırılmış turizmin Strateji Yol Xəritəsində ön planda öz əksini tapmışdır. Onu da qeyd etmək yerinə düşərdi ki, Azərbaycanla qonşu olan Gürcüstan, Türkiyə, Rusiya və İran ölkələrində də turizmin inkişafı üzrə Strateji Yol Xəritələri və xüsusi Dövlət Proqramları hazırlanmış və mərhələlərlə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Ölkədə turizmin inkişafı ilə əlaqəli əsas prioritet vəzifələrdən biri paytaxt Bakı şəhəri və rayonlar arasında turizmin inkişafında turist qəbulu disproporsiyalarının aradan qaldırılmasıdır.

Aparılmış elmi araşdırmalar nəticəsində müəyyən edilmişdir ki, turizm müəssisələrində keyfiyyətə yeni, müasir turizm məhsullarının yaradılması üçün yüksək ixtisaslı kadrlarla təmin edilmə səviyyəsi bir o qədər də qənaətbəxş deyildir. Dünyanın bütün ölkələri ilə əməkdaşlığa meyil edən Azərbaycan ilk növbədə müasir turizm məhsullarının formalaşmasında, xüsusilə də azad edilmiş Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarında turizm obyektlərinin qısa müddət ərzində dünyaya tanıtılması, həmin ərazilərdə erməni vandalizminin izlərinin bütün ölkələrin vətəndaşlarına çatdırılması, həmçinin regionda beynəlxalq və yerli turizmin sürətlənməsini canlandırmağa çalışır. Burada tranzit turizmi üçün keyfiyyətli yeni məhsulun yaradılması məsələsi açıq qalır. Belə ki, Azərbaycanın coğrafi mövqeyinin unikalığı ölkənin Avropa və Asiya qitələrinə keçid ərazisinin demək olar ki, əlverişli mövqeyində yerləşməsindən, transavropa və transasiya nəqliyyat-kommunikasiya magistrallarının Qərbdən Şərqə və Cənubdan Şimala keçməsindən, həmçinin Xəzər dənizi ərazisində tikilən “*Ələt iqtisadi zonası*” nın istifadəyə verilməsindən ibarətdir. Belə ki, **“Ələt azad iqtisadi zonasının yaradılması və fəaliyyətinin təşkili haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2020-ci il 22 may tarixli 1032 nömrəli Fərmanında torpaqların dövlət ehtiyacı üçün alınması yekunlaşdıqdan sonra edilmiş əlavələrə görə yerquruluşu planlarında nəzərdə tutulmuş ərazilərin bu quruma həmişəlik istifadə hüququ şəklində verilməsini əhatə edən təklif və planlar hazırlanmışdır** [3].

Azərbaycanda turizmin inkişafı üçün Moskva - Bakı-İran, Bakı-Gürcüstan-Türkiyə transavropa və transasiya kommunikasiya dəhlizinin, həmçinin Ukrayna və Rusiyanı birləşdirən Bakı-Moskva marşrutunun, eləcə də Orta Asiya ölkələrini Xəzər dənizi vasitəsilə birləşdirən su yolundan istifadənin mühüm əhəmiyyəti nəzərə alınmalıdır. Bundan əlavə digər qonşu ölkələrdən keçərək Avropa və Asiya ölkələrindən, həmçinin Avropa və Avropa ölkələrindən Rusiya, İran və digər ölkələrə tranzit yüklərin daşınması üçün qədim ticarət - mədəni “*İpək Yolu*” nun da müəyyən bir əraziləri əhatə etməklə istifadəyə verilməsi turizmin inkişafında xüsusilə əhəmiyyətlidir [8, s. 101-104].

Bu gün Azərbaycanın 10-a yaxın dövlət və özəl ali məktəbləri turizm sahəsi üçün kadr hazırlayırlar. Qeyd etmək lazımdır ki, hazırlıq keyfiyyəti bundan əziyyət çəkmir. Demək olar ki, bütün Azərbaycanda turizm üzrə hazırlanan kadrların, tələbələrin turizm sahəsi və onunla əlaqəli sahələrin aparıcı müəssisələrində təcrübə keçmələri təmin edilir ki, bu da onlara gələcək peşələrini daha dəqiq müəyyən etməyə imkan verir. Kadrların hazırlanması ölkədə peşəkarlıqla həyata keçirilir və bu sahədə əməkdaşlıq onun keyfiyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artırmağa imkan verir.

Müzakirə

Dünya iqtisadiyyatının inkişafının postindustrial mərhələsi üçün insanların yerdəyişməsinin vacib növü olan turist axınlarının sürətlə artması səciyyəvidir. Son onilliklər ərzində beynəlxalq turizm bütün dünyada əhəmiyyətli dərəcədə inkişaf etmişdir. Odur ki, daha çox insanın turist axınına cəlb edilməsi turizmin miqyasının sürətlə artmasına səbəb olur.

Bu gün beynəlxalq turizm, müxtəlif ölkələrdən olan insanlar arasında təmasları gündəlik reallığa transformasiya etməklə, əvvəllər qapalı olan cəmiyyətləri açıq universal cəmiyyətlərə çevirir.

Bu işə öz növbəsində digər mədəniyyətlərlə görüşlər və mübadilələrdə insanların ehtiyaclarını təmin edir.

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 (inflyasiya, valyutaların meyil 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 işə aşağıdakılar aiddir:

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

- Asiyada: Yaxın Şərqi (İsrail, Misir, Türkiyə, İordaniya, Suriya); İndostan yarımadaıları: 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 (Seyşel, Maldiv və Mavriki).

Turist axınları turizm mərkəzindən keçir - bu mərkəz turist resurslarından əlavə əhəmiyyətli turist kontingentlərinə xidmət üçün müvafiq infrastruktura (nəqliyyat yolları, mehmanxanalar, restoranlar, əyləncələr və s.) malik olan ərazidir. Turizm mərkəzləri funksional struktura görə fərqlənir: idman, mədəni-tarixi, dini, ticarət, biznes, əyləncə, iqlim, folklor mərkəzləri. Turist axınları tələb və təklifin köməyi ilə formalaşır. Turist tələbi və təklifi turist axınlarının fəaliyyətinin ayrı-ayrı problemləri və mexanizmlərini anlamaq üçün əsas əhəmiyyət kəsb edir. Turizm təklifi-bu və ya başqa yerdə istehlakçıya təklif oluna biləcək məhsul və xidmətlərdir. Turizm tələbatı çoxsaylı obyektiv və subyektiv amillərin təsiri altında formalaşır: demografik, təbii-coğrafi, sosial-iqtisadi, elmi-texniki və s. Son onilliklərdə turizm tələbatının genişlənməsinə sosial-iqtisadi inkişafın yüksək səviyyəsi, müasir insanın psixologiyasında yeni dəyərlərin yaranması, yaşlı insanların turist tələbatının artması, "fasilələrlə səyahət" in yaranması, idrak turizminə artan maraqla istirahət üslubunun dəyişməsi və s. səbəb olmuşdur: Qonaqpərvərlik sənayesinin bütün sahəyə artımı ilə son onilliklərdə beynəlxalq turizmin inkişafını məhz turizm tələbində və təklifində keyfiyyət dəyişiklikləri müəyyən etmişdir ki, bu da istehlak strukturunda yeni segmentlərin meydana gəlməsi ilə nəticələnmişdir [4, s. 27-32].

Son onilliklərdə, nisbətən az dinamik kateqoriya kimi, turist təklifində də dərin dəyişikliklər baş vermişdir. Turist axınlarının inkişafının qarşısını alan amil turist təklifinin turist tələbindən geri qalması, turist təklifinin qeyri-elasticliyidir, yəni təchizatçıların bazar durumunun dəyişməsinə reaksiyasının nisbətən aşağı sürətinin olmasıdır.

Nəticə

Turizm xidmətləri təchizatçıları böyük geriləmə ilə zaman və məkanda tələbin dəyişməsinə uyğunlaşdırırlar ki, bu da ümumi xərclərdə əsas kapitalın əhəmiyyətli payı ilə izah olunur. Yaranmış şəraitdə turizm sənayesi davamlı olaraq turist tələbatının dəyişməsinə turist təklifinin uyğunlaşdırılmasının effektiv yollarının axtarışını aparır.

Turist istiqamətlərinin dəyişdirilməsi və konyunktural dəyişməsi motivasiyalı (həddən çox yüklənmiş və səs-küylü mərkəzlərdən yorulma), iqtisadi (inflyasiya, valyutaların meyil etməsi), sosial və s. səbəblər ilə şərtləndirilə bilər.

Beləliklə, turizmin formalaşması və aktivliyinin nəzəri-metodoloji əsaslarının tədqiq edilməsi Azərbaycanda beynəlxalq turizmin mövcud vəziyyətinin təhlilinin aparılaraq çatışmazlıqlarının

aşkarlanması və ortaya çıxan çətinliklərin aradan qaldırılması istiqamətində müəyyən təkliflərin verilməsini şərtləndirir.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Milli Hesablar Sistemi. Bakı, 149 s.
2. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi. Azərbaycanda turizm. Bakı, 2021, s.99.
3. “Ələt azad iqtisadi zonasının yaradılması və fəaliyyətinin təşkili haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2020-ci il 22 may tarixli 1032 nömrəli Fərmanı.
4. İsmayılov, V.İ. Beynəlxalq turizmin coğrafiyası / İsmayılov, V.İ., Məmmədov, M.Z. // Bakı: Müəllim, 2021, -267 s.
5. Александрова, А.Ю. Международный туризм /А.Ю. Александрова // Москва, 2010, 337 с.
6. Дедок, В.М. Конкурентоспособность стран в сфере торговли туристскими услугами / Дедок, В.М. //-Москва: Туризм и гостеприимство, 2015, с.1-8
7. 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
8. 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.
9. Pereira, Cr. Comfortable Experiences in Nature Accommodation: Perceived Service Quality in Glamping // Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 2017, Vol. 17, pp.77-83

*Улвия Камран оглы Халилзаде,
Керим Джаннат оглы Керимов
Науч. руководитель: д.э.н. Вилаят Ибрагим оглы Исмаилов*

Теоретико-методологические основы активности международных туристических потоков

Резюме

В статье заблаговременно выявляются туристические приоритеты желающих путешествовать в разных возрастных группах в соответствии с целью путешествия, систематизируется вклад туристической отрасли в экономику (прямой, косвенный и индивидуальный) на основе методики, выявляющей структурные особенности туристских организаций, помимо прямого вклада туризма в экономику страны, были рассмотрены вопросы определения его косвенного, индуктивного и совокупного вклада. Отмечается, что для развития туризма в Азербайджане важно учитывать важность использования трансевропейского и транснационального коммуникационного коридора Москва-Баку-Иран, Баку-Грузия-Турция, маршрута Баку-Москва, соединяющего Украину и Россию, а также водного пути, соединяющего страны Центральной Азии через Каспийское море. Из статьи можно сделать вывод, что сдерживающим фактором развития туристских потоков является отставание туристского предложения от туристского спроса, неэластичность туристского предложения, то есть относительно низкая скорость реакции поставщиков на изменение рыночной ситуации.

Цель-изучение теоретико-методологических основ активности международного туристского потока и внесение соответствующих предложений в этом направлении.

Методология-в статье использованы методы экономического анализа.

Результаты исследования-изучение теоретико-методологических основ формирования и активности туризма-позволяют провести анализ текущего состояния международного

туризма в Азербайджане, выявить его недостатки и внести определенные предложения по их устранению.

Ключевые слова: туризм, приоритеты, вклад в туризм, туристический поток, развитие, предотвращение, фактор.

*Ulviya Kamran Xalilzada,
Karim Cannat Karimov*

Scientific leader: doctor of economics Vilayat İbrahim İsmayilov

Theoretical and methodological foundations of the activity of international tourist flows

Summary

The article identifies in advance the tourist priorities of those wishing to travel in different age groups in accordance with the purpose of travel, systematizes the contribution of the tourism industry to the economy (direct, indirect and individual) on the basis of a methodology that identifies the structural features of tourist organizations, in addition to the direct contribution of tourism to the economy of the country, the issues of determining its indirect, inductive and cumulative contribution were considered. It is noted that for the development of tourism in Azerbaijan, it is important to take into account the importance of using the trans-European and transnational communication corridor Moscow–Baku–Iran, Baku–Georgia–Turkey, the Baku–Moscow route connecting Ukraine and Russia, as well as the waterway connecting the countries of Central Asia through the Caspian Sea. It can be concluded from the article that the limiting factor in the development of tourist flows is the lag of tourist supply from tourist demand, the inelasticity of tourist supply, that is, the relatively low reaction rate of suppliers to changes in the market situation.

Purpose- the theoretical and methodological foundations of the activity of the international tourist flow and make appropriate proposals in this direction.

Methodology-the article uses methods of economic analysis.

Findings - the study of the theoretical and methodological foundations of the formation and activity of tourism -allow us to analyze the current state of international tourism in Azerbaijan, identify its shortcomings and make certain proposals to eliminate them.

Key words: tourism, priorities, contribution to tourism, tourist flow, development, prevention, factor.