

UOT 338.61

QLOBALİZASIYA ŞƏRAİTİNDƏ DÜNYA TURİZM SƏNAYESİNİN İNKİŞAF TENDENSİYALARI

Liya Vladimir qızı BAYRAMOVA

*Azərbaycan Respublikasının Səhiyyə Nazirliyinin
mətbuat xidmətinin rəhbəri*

Qərb Universitetinin dissertantı

liya@mail.ru

Məqalədə turizm sənayesinin əsas inkişaf trendləri nəzərdən keçirilib, həmçinin turizmin inkişafının mühüm göstəricilərinin yaranma meyarları təhlil olunub. Bununla yanaşı, məqalədə dünyanın sənaye ölkələrində turizmin inkişafını şərtləndirən sistemli amillər göstərilib. Həmçinin, məqalədə turizm sahəsinin dinamik inkişafına təsir göstərən əsas amillər tədqiq olunub.

Açar sözlər: turizm, turizm xərcləri, turizm məhsulu, integrasiya, globallaşma

Qlobalizasiyanın inkişafı ilə turizm dünya iqtisadiyyatının ən tez inkişaf edən sahələrindən biri oldu. Buna görə turizm həтта yüzilliyin iqtisadi fenomeni olaraq tanınıb [2, s.15]. Bir çox ölkədə turizm ÜDM-in formalaşmasında, məşğulluğun təmin olunmasında, beynəlxalq əlaqələrin genişləndirilməsində mühüm rol oynayır, ölkənin valyuta gəlirlərinin vacib mənbəyi kimi çıxış edir. Turizmin inkişafı yalnız nəqliyyat və mehmanxana biznesinə deyil, həmçinin əlaqə, tikinti və kənd təsərrüfatına təsir göstərir. BMT-nin Baş Assambleyasının, İqtisadi və Sosial Şurasının və ÜTT-nin qiymətləndirməsinə əsasən “turizm... dünya iqtisadiyyatının aparıcı sahəsinə çevriləcək. Bir çox ölkənin, xüsusilə inkişaf edən ölkələrin iqtisadi və sosial vəziyyətinin yaxşılaşması35afı35masında xüsusi əhəmiyyət kəsb edən turizm dövlətlərin milli iqtisadiyyatının vacib inkişaf amilidir” [3, s.11].

Turizm biznesinin hal-hazırda mövcud olan problemlərini araşdırmağa başlamazdan əvvəl “turizm” anlayışını nəzərdən keçirmək məqsəddəuyğundur. Qeyd edək ki, turizm sözünün bir çox mənası var. Turizm sözünün mövcud olan mənaları iki qrupda birləşdirilə bilər. Birinci qrupdakı mənalar turizmin ayrı-ayrı iqtisadi, sosial, hüquqi və digər aspektlərini özündə birləşdirərək dar çərçivəni əhatə edir. Digər mənalar isə konseptual xarakter daşıyır və turizmin

predmetini ümumilikdə əhatə edərək, onun daxili məzmunu açır [1, s.5]. Turizmin statistikada mənası – Statistikada turizm dedikdə, əhalinin yaşayış yeri və iş yerinin dəyişdirilməsi ilə əlaqəli olmayan miqrasiya formalarından biri başa düşülür. Turizmin statistikada mənası XX əsrin birinci yarısında yaranıb və onun yaranması səyahət edən şəxslərin statistik uçot aparmaq cəhdlərindən irəli gəlirdi. Beynəlxalq praktikada hal-hazırda Səyahət və turizm statistikasını üzrə Beynəlxalq konfransın (Ottava, 1991-ci il) yaratdığı və ÜTT və BMT-nin Statistika komissiyası tərəfindən təsdiq olunmuş anlayış geniş istifadə olunur. Bu anlayışa əsasən turist – ziyarətçi, yəni “səyahət edən və ziyarət etdiyi yerdə mənbələrdən ödənilən fəaliyyətdən başqa istənilən fəaliyyət məqsədilə öz adi mühitindən kənarında 12 aydan artıq olmayan müddət ərzində qalan şəxsdir” (1). Bu anlayışı ətraflı şəkildə nəzərdən keçirək.

Bu anlayışda turist ziyarətçi kimi müəyyən olunur. Bu anlayışı turizm statistikasında əsas anlayış kimi istifadə etmək tövsiyə olunur. Bu anlayışda turizmin digər xüsusiyyətlərinə adi mühitdən kənara gedərək yerdəyişmə, getdiyi yerdə qaldığı müddət və səyahətin məqsədi aiddir. “Adi mühit” termini hər gün evdən işə və ya dərəcə və əksinə gedən insanları turist siyahısından çıxartmaq üçün istifadə edilməyə başladı. Hesab olunur ki, insanların mütəmadi olaraq ziyarət etdiyi yerlər, hətta həmin yerlər onların yaşayış yerindən xeyli uzaq məsafədə yerləşsə belə onun adi mühitinə aiddir, buna görə də həmin insanlar turist hesab edilmir. Bu anlayışa əsasən, məsələn, qonşu ölkədə işləyən və dəfələrlə xaricə səyahət edən sərhədlərə yaxın bölgələrin sakinləri turist sayılmır.

Həmçinin, yaxınlıqda yerləşən ərazilərin ziyarət olunması turizm hesab edilmir. Bu, onunla bağlıdır ki, insanın yaşayış yerinin yaxınlığında yerləşən ərazilər psixoloji baxımdan adi mühit kimi qəbul edilir.

Həmçinin, qeyd etmək lazımdır ki, mütəxəssislər arasında adi mühit anlayışı haqqında vahid bir fikir mövcud deyil. Bu anlayışın öz təsviri, insanın turist hesab edilməsi üçün qətiyyətli olduğu məsafə və obyektin ziyarət edilmə tezliyi mübahisəli məsələlər olaraq qalmağa davam edir. Turizmin növbəti meyarı insanın yaşayış yerindən uzaqda qaldığı müddətdir. Yaşayış yerindən uzaqda qalma müddəti 12 ay təşkil edir, bu müddət 12 ayı keçirsə, ziyarətçi rezident hesab edilir və turizm statistikasında nəzərə alınmır.

Turizmin növbəti meyarı səyahətin məqsədidir (meyil). Səyyahlardan fərqli olaraq turistləri yönəldən ədəbiyyatda geniş şəkildə şərh edilən turizm məqsədləridir. ÜTT tövsiyələrinə əsasən turizmin aşağıdakı məqsədləri var: asudə vaxt, istirahət; qohum və tanışların ziyarət edilməsi; işgüzar və peşəkar məqsədlər (işgüzar görüşlərdə, konfranslarda, konqreslərdə və s. iştirak); müalicə; müqəddəs yerlərin ziyarət edilməsi (zəvvarlıq ziyarəti); digər turizm məqsədləri. Beləliklə, turist birincisi, adi mühitin hüdudlarından kənara səfər

edən şəxs, ikincisi, ziyarət etdiyi yerdə müvəqqəti qalan şəxs, üçüncüsü turizm məqsədlərilə səyahət edən şəxsdir.

Turizmin əsas anlamı. Turizmin iqtisadi, sosial, hüquqi və digər aspektlərinə aid olan dar çərçivəli mənalara onun mahiyyətini əks etdirmir. Turizmin statistikada anlayışından fərqli olaraq, onun konseptual və ya əsas anlayışı turizm haqqında kompleks şəkildə təsəvvür yaradır, bu isə turizmdə fasiləsiz istehsal prosesləri və turizm məhsulları istehlak olunan iqtisadi bir sistem kimi baş verən prosesləri anlamağa imkan yaradır.

“Turizm”in əsas anlayışına turizm tələbatları və motivasiyaları, turistlərin davranış xüsusiyyətləri, onların daimi yaşayış yerindən uzaqda qalması, turistlər mal və xidmətlərin istehsalçıları arasında yaranan iqtisadi münasibətləri, turizmin ətraf siyasi, iqtisadi, sosial, texnoloji və ekoloji makromühitlə qarşılıqlı əlaqəsi daxildir. Turizm üzrə Beynəlxalq elmi ekspertlər cəmiyyətinin təklif etdiyi anlayışa əsasən turizm “insanların yerdəyişməsi və onların daimi yaşayış və iş yerindən fərqli yerlərdə olması zamanı yaranan münasibətlər və hadisələr məcmusudur” Turizmin inkişafını aşağıdakı göstəricilər əks etdirir. 1950-ci ildə dünyada beynəlxalq turistlərin sayı 25 mln. insan təşkil edirdi, 2016-cı ildə isə BMT-nin Ümumdünya Turist Təşkilatının məlumatlarına əsasən turistlərin sayı 1,2 mlrd.-dan artıq təşkil edib (4). BMT-nin Ümumdünya Turist Təşkilatının 37-ci illik press-relizində qeyd olunduğu kimi dünya iqtisadiyyatının inkişaf sürətinin azalmasına baxmayaraq turistlərin sayı artır. Beynəlxalq turistlərin sayı 2009-cu il qlobal maliyyə-iqtisadi böhranından sonra yeddinci ildir ki, artır.

Turizmin geniş yayılmasını, həmçinin Böyük Britaniyada ingilislərin illik ailə büdcələrinin 19%-ni təşkil edən turizm xərcləri göstərir. Bu xərclərdən daha çoxunu yalnız qidalanma və yaşayış yeri xərcləri təşkil edir. Almaniyada bir ailə səyahətlərə orta hesabla 16% xərcləyir, Fransa və ABŞ-da isə - 12%. Orta gəlirli amerikalı ailəsinin səyahət xərcləri (ildə təxminən 4 min dollar) tibb və ya qida, içkilər və tütünə birlikdə xərclənən vəsaitə bərabərdir və geyim üzrə xərclərdən iki dəfə artıqdır.

Yüksək gəlirli və əyləncə və istirahət sahəsi inkişaf etmiş ölkələrdə turizm kütlə arasında geniş yayılıb. Sankt-Peterburqun (Florida, ABŞ) 250 min sakinindən 60 min turizm sahəsində işləyir və hər il 5 mln. turistə xidmət edir. 80 min əhalisi olan Andorranı hər il təxminən 9 mln. turist ziyarət edir, ölkənin ÜDM-nin 80%-ni turizm sahəsi təşkil edir.

Turizmin inkişafı ölkənin iqtisadi, texniki və sosial inkişafı ilə sıx bağlıdır. Dünyanın sənaye ölkələrində turizmin inkişafı əhalinin yaşayış səviyyəsinin artması ilə bağlıdır, bu isə aşağıdakılarla əlaqədardır:

- Əhalinin gəlirlərinin artması ailə büdcəsindən istirahət üçün vəsait ayırmağa imkan yaradır: yerdəyişmə, başqa yerdə yaşama, qidalanma və əyləncə. Turizmin rus klassikləri Mixail Mixayloviç Marinin və

C.Bleyle Avropada müharibədən sonrakı illərdə turizmin intensiv şəkildə inkişafına imkan yaradan iqtisadiyyatın və cəmiyyətin inkişafının aşağıdakı mərhələlərini qeyd edirlər: İkinci dünya müharibəsindən sonra iqtisadi oyanış dövründə avropalılar ilk öncə “Doyunca yemək”, daha sonra “Yaxşı geyinmək”, sonra isə “Öz evim və avtomobilim” və nəhayət “Turizm dalğası” mərhələlərini keçdilər [2,s.17].

- Əhalinin gəlirlərinin artması ezamiyyət müddətinin daha uzun olmasına, həmçinin, pensiya təminatının yüksək səviyyədə olmasına gətirib çıxarır, bu da həmçinin turizmin inkişafına mühüm təsir göstərir.

Turizmin inkişafı insanların onlar üçün maraqlı olan yerlərə səyahəti və ya səfərini əks etdirən turizm məhsulunun istehsalı və istehlakı ilə bağlıdır. Turizm məhsulu əsasən istirahət üçün nəzərdə tutulan, kəmiyyət və keyfiyyət müəyyənliyi olan və bu məhsulun istehlakçısı olan turistlərə satış üçün hazırlanan mal və xidmətlər toplusudur. Turizm məhsulunun istehsalında bu məhsulun hazırlanma prosesində bir-biri ilə bağlı olan bir çox firma və təşkilatlar iştirak edir.

Turizm yalnız iqtisadi proses deyil. İqtisadi təsirindən başqa turizm, həmçinin:

- sağlamlığın bərpa olunmasını təmin edir;
- şəxsiyyətin inkişafına, insanların mənəvi-mədəni inkişafına və onların intellektual səviyyəsinin artmasına imkan yaradır;
- müxtəlif təəssüratlar bağışlayaraq, mühit və fəaliyyət növlərini tamamilə dəyişərək effektiv şəkildə əsəbi gərginliyin azalmasına imkan yaradır.

Turizmin inkişafına təsir edən amilləri ekstensiv və intensiv amillərə bölmək olar. Turizmin inkişafına təsir edən ekstensiv amillərə aşağıdakılar aiddir:

- işçilərin sayının artması;
- təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilən maddi mənbələrin sayının artırılması;
- turizmin yeni obyektlərinin tikintisi.

İntensiv amillərə aiddir:

- heyətin ixtisasının artırılması;
- işçilərin peşəkar ixtisas strukturunun inkişafı;
- elmi-texniki irəliləyişin nailiyyətləri və nəticələrinin tətbiqi, o cümlədən turizmin sənayeləşdirilməsi, kompüterləşdirilməsi və turizmdə texnologiyaların tətbiqi əsasında turizmin maddi bazasının texniki cəhətdən təkmilləşdirilməsi;
- mədəniyyətin və xidmət keyfiyyətinin inkişafı;

- mövcud maddi mənbələrin, obyektlərin və marşrutların və s. səmərəli istifadəsi.

Turizmə mənfi təsir göstərən amillər: müharibə halları, siyasi qeyri-sabitlik, iqtisadiyyatın hərbiləşdirilməsi, kriminal şərait, xarici borcların artması, istehlak əşyalarına qiymətlərin artması, işsizlik, işə çıxmamalı, maliyyə qeyri-sabitliyi, fərdi istehlak həcmnin azalması, əlverişsiz ekoloji vəziyyət, turizm firmalarının müflis olması, turizm sahəsində rəsmiyyətlərin sərtləşdirilməsi, turizm firmalarının öz öhdəliklərini yerinə yetirməməsi və s. [4,s.21].

Ədəbiyyat:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 470 с. , http://tourlib.net/books_tourism/aleks.htm
2. Артёмов Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма Учебное пособие. – Орёл: ОрёлГТУ, 2005. – 104 с., http://tourlib.net/books_tourism/artemova.htm
3. Кекушев В.П., Сергеев В.П., Степаницкий В.Б. Основы менеджмента экологического туризма. Учебное пособие. – М.: Издательство МНЭПУ, 2001. – 60 с., http://tourlib.net/books_green/kekushev.htm
4. UNWTO, <http://www2.unwto.org/press-release/2017-01-17/sustained-growth-international-tourism-despite-challenges>

Лия Владимировна Байрамова

Тенденции развития мировой туристической индустрии в условиях глобализации

Резюме

В статье рассматриваются основные тренды развития туристической индустрии, а также проанализированы критерии формирования актуальных показателей развития туризма. Вместе с тем, в статье указаны системообразующие факторы, обусловившие развитие туризма в индустриальных странах мира. В статье также исследованы основные факторы, влияющие на динамичное развитие туристической сферы.

Ключевые слова: туризм, расходы на туризм, туристский продукт, интеграция, глобализация

Liya Vladimir Bayramova

Trends in the development of the global tourism industry in the context of globalization

Summary

The main trends in the development of the tourism industry are considered in the article, and the criteria for the formation of actual indicators of the development of tourism are analyzed. At the same time, the article points out the system-forming factors that conditioned the development of tourism in the industrial countries of the world. The article also explores the main factors affecting the dynamic development of the tourism sector. Tourism and the factors influencing it.

Keywords: tourism, tourism expenditure, tourism product, integration, globalization