UOT: 33
Azər MEHDİYEV
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, doktorant
mehdiyev.azer@atmu.edu.az
https://orcid.org/0009-0004-1676-4758

PANDEMİYA DÖVRÜNDƏ TURİZM SEKTORU VƏ ONUN İQTİSADİYYATA TƏSİRİ

Xülasə: COVID-19 pandemiyası qlobal turizm sektoruna ciddi təsir göstərmiş, dünya üzrə səyahət, qonaqpərvərlik və əlaqədar iqtisadi fəaliyyətləri əhəmiyyətli dərəcədə pozmuşdur. Beynəlxalq səyahət məhdudiyyətləri, sərhədlərin bağlanması və sağlamlıqla bağlı narahatlıqlar turist axınının kəskin azalmasına gətirib çıxarmışdır. Birləşmiş Millətlər Dünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) hesabatına əsasən, 2020-ci ildə beynəlxalq turist səfərləri keçən illə müqayisədə 75% azalmışdır. Nəticədə, turizm ixrac gəlirlərində təxminən 1,2 trilyon dollar iqtisadi itki qeydə alınmış və əsasən turizmə güvənən inkişaf etməkdə olan ölkələrdə təxminən 60 milyon iş yeri itirilmişdir. Aviasiya, qonaqpərvərlik və mədəni turizm kimi əsas sahələr ciddi bağlanmalar və gəlir itkisi ilə qarşılaşmışdır. Pandemiya, eyni zamanda, rəqəmsal transformasiya, daxili turizm və dayanıqlı səyahət meyllərinin daha da sürətlənməsinə səbəb olmuşdur. Bu məqalədə pandemiyanın turizmə qısamüddətli və uzunmüddətli iqtisadi təsirləri araşdırılır, pandemiyadan sonrakı bərpa dövründə dözümlülük, davamlılıq və innovasiyanın vacibliyi vurğulanır.

Açar sözlər: Covid-19, Pandemiyanın təsiri, Turizm sənayesi, İqtisadi bərpa, Səyahət məhdudiyyətləri

Azar MEHDIYEV

TOURISM SECTOR DURING PANDEMIC AND ITS IMPACT ON ECONOMY

Abstract: The COVID-19 pandemic has significantly impacted the global tourism sector, severely disrupting travel, hospitality, and related economic activities worldwide. International travel restrictions, border closures, and health concerns have led to a sharp decline in tourist flows. According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) report, international tourist arrivals decreased by 75% in 2020 compared to the previous year. As a result, approximately $1.2 trillion in economic losses were recorded in tourism export revenues, along with the loss of around 60 million jobs, particularly in developing countries reliant on tourism. Key sectors such as aviation, hospitality, and cultural tourism faced extensive shutdowns and revenue declines. The pandemic also accelerated trends like digital transformation, domestic tourism, and sustainable travel practices. This article explores the short- and long-term economic impacts of the pandemic on tourism, emphasizing the importance of resilience, sustainability, and innovation in the post-pandemic recovery period.

Keywords: *Covid-19, Pandemic impact, Tourism industry, Economic recovery, Travel restrictions*

Азар МЕХТИЕВ

ТУРИСТИЧЕСКИЙ СЕКТОР В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ

Абстракт: Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на глобальный туристический сектор, существенно нарушив мировые поездки, гостеприимство и связанные с ними экономические виды деятельности. Международные ограничения на поездки, закрытие границ и опасения за здоровье привели к резкому снижению

туристического потока. Согласно отчету Всемирной туристической организации ООН (UNWTO), в 2020 году количество международных туристических поездок сократилось на 75% по сравнению с предыдущим годом. В результате было зафиксировано около 1,2 триллиона долларов экономических потерь в доходах от туристического экспорта, а также потеря примерно 60 миллионов рабочих мест, особенно в развивающихся странах, зависящих от туризма. Основные секторы, такие как авиация, гостиничное дело и культурный туризм, столкнулись с массовыми закрытиями и снижением доходов.
Пандемия также ускорила такие тенденции, как цифровая трансформация, развитие внутреннего туризма и устойчивые практики путешествий. В данной статье рассматриваются краткосрочные и долгосрочные экономические последствия пандемии для туристической отрасли, подчеркивая важность устойчивости, стабильности и инноваций в процессе восстановления после пандемии.

Ключевые слова: *Ковид-19, Влияние пандеми, Туристическая индустрия, Экономическое восстановление, Ограничения на путешествия*

Giriş

COVID-19 kimi ölümcül xəstəliyin yayılması qlobal miqyasda ciddi iqtisadi itkilərə səbəb olmuş və dünya üzrə sağlamlıq və iqtisadi böhranlar yaratmışdır. Mövsümi qrip epidemiyaları, pandemiyalar və digər fəlakətlərlə bağlı yayılan qorxulu xəbərlər, xidmət sektorunun əsas sahəsi olan turizm və səyahət sənayesində ciddi geriləməyə səbəb olmuşdur. Pandemiyalar turistlərin davranışlarına və psixi sağlamlıqlarına mənfi təsir göstərir. Nəticədə, virus infeksiyasına yoluxmaq qorxusu ilə insanlar planlaşdırdıqları səyahətlərdən imtina edirlər, çünki səyahət zamanı virusun yayılmasının qarşısını almaq çətin görünür. Bundan əlavə, səmərəli peyvəndlərin olmaması fonunda turistlərin səfərləri digər hava sərnişinləri üçün infeksiya riskini artırır. Səyahətçilər virusların, epidemiyaların və pandemiyaların yerli icmalar arasında yayılmasında mühüm rol oynayır. Hazırda dünya mediası böhran kommunikasiyası ilə üzləşir. COVID-19-un səyahət və istirahət sektoruna mənfi təsiri yeni virus xəstəliklərinin ortaya çıxmasına səbəb olmuşdur. Bir çox ölkədə turizm ÜDM-in vacib sütunlarından biri olaraq iqtisadiyyatın güclənməsində əsas rol oynayır. Lakin bu sahə xəstəliklər, epidemiyalar və pandemiyalar zamanı ən çox zərər görən sektorlardan biridir.

Turizm Sektorunun İqtisadi Əhəmiyyəti

Turizm, XX əsrdə populyarlaşan və bu gün dünya iqtisadiyyatının ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biridir. Dünya Turizm və Səyahət Şurasının məlumatına görə, bu sahə ölkədaxili və beynəlxalq səviyyədə əhəmiyyətli inkişaf yolu keçmişdir [4, səh. 3-7]. Turizm yalnız iqtisadi gəlir deyil, həm də sosial və siyasi təsir vasitəsidir. Ölkələr turizm sayəsində öz mədəniyyətlərini və ənənələrini yenidən dəyərləndirərək beynəlxalq səviyyədə tanıdır [2, səh. 45-50]. Turizm az inkişaf etmiş ölkələrdə nisbətən yeni olsa da, qısa müddətdə sürətlə genişlənmişdir. Bu inkişaf yerli infrastruktur və insan resursları üzərində ciddi yük yaradır və həmişə müsbət nəticələr vermir. Buna baxmayaraq, az inkişaf etmiş ölkələr kənd təsərrüfatına əsaslanan iqtisadiyyatdan sənaye iqtisadiyyatına keçmək istəyirlər. Lakin bu keçid böyük kapital və xarici gəlirlər tələb edir ki, bu da bu ölkələr üçün çətin məsələdir [1, səh. 112-115]. Buna görə də, bu ölkələrin hökumətləri sənayeləşmə üçün lazımi gəliri tez bir zamanda əldə etmək məqsədilə turizmə yönəlmişdir. Az inkişaf etmiş ölkələrdə turizm sənayeçilər üçün cəlbedicidir, çünki bu ölkələrdə yaşayış standartlarının aşağı olması qiymətlərin ucuzluğuna gətirib çıxarır [1, səh. 118-120]. Əsas ixrac

məhsulları ilə müqayisədə turizm üstünlüyə malikdir, çünki ev sahibi ölkə qiymət siyasətinə daha çox nəzarət edir və bu da onları dünya bazarındakı dalğalanmalardan qoruyur [2, səh. 67-70]. Xammal ixracı ilə müqayisədə, turizm gəlirlərə daha həssasdır – potensial turistlərin gəlirində kiçik artımlar turist axınının və gəlirlərin əhəmiyyətli dərəcədə artmasına səbəb ola bilər [2, səh. 72-75]. Bu da az inkişaf etmiş ölkələrin turizmdən daha çox faydalanmasına imkan yaradır.

Turizm mikro və makro səviyyədə mühüm gəlir mənbəyidir. İnkişaf etmiş ölkələrdə əhali xaricdə istirahət etməyə üstünlük verir ki, bu da güclü turizm sənayesinin formalaşmasına səbəb olur [3, səh. 89-92]. Turizm sektorunun inkişafı eyni zamanda yolların, parkların, xəstəxanaların, məktəblərin və digər ictimai obyektlərin tikintisini təşviq edir. Turistik bölgələri ziyarət edən turistlər istirahət və əyləncə üçün mütləq müəyyən məbləğdə pul xərcləyirlər. Bu xərclər restoranlarda yemək yemək, yerli mağazalardan alış-veriş etmək və turlar və tədbirlərdə iştirak kimi müxtəlif formalarda olur [4, səh. 14-16]. Son statistikaya görə, 2016-cı ildə beynəlxalq turizm təkcə təyinat yerlərində əldə edilən gəlirlər deyil, həm də xarici vətəndaşlar üçün sərnişin nəqliyyatı xidmətləri vasitəsilə 216 milyard ABŞ dolları ixrac gəliri yaradıb [4, səh. 18-20]. Bu, turizm ixracının ümumi dəyərini 1,4 trilyon ABŞ dollarına, yəni gündə orta hesabla 4 milyard ABŞ dollarına çatdırıb. Ölkəyə daha çox turist gəldikcə, onların ehtiyaclarını qarşılamaq üçün daha çox işçi qüvvəsinə tələbat yaranır. Turizm sektorunun inkişafı qonaqpərvərlik, nəqliyyat və əyləncə kimi sahələrdə yeni iş imkanlarının yaranmasına gətirib çıxarır [3, səh. 95-97]. Turizm və səyahət sektoru dünya üzrə iş yerlərinin yaradılmasına, sosial-iqtisadi və mədəni inkişafa mühüm töhfə verən əsas sahələrdən biridir [3, səh. 100-105]. Turistlərin yerləşdirilməsi, əyləndirilməsi və nəqliyyatının təşkili işsizliyin azalmasına kömək edə bilər. Yerli müəssisələr xarici qonaqlara xidmət göstərmək üçün yerli insanları işə götürə bilər. Məsələn, Airbnb kimi platformalar yerli sakinlərə öz evlərini turistlərə icarəyə vermək imkanı yaradır ki, bu da həm turizmin, həm də icma üzvlərinin rifahına töhfə verir [5, səh. 22-25]. Turizmin inkişafı bir bölgədə infrastrukturun təkmilləşməsinə də səbəb olur. Daha çox turist gəldikcə, yollar, ictimai nəqliyyat və yaşayış yerləri kimi obyektlərə olan ehtiyac artır [4, səh. 30-34]. Bu tələb nəticəsində yeni otellər, restoranlar və turizmə bağlı müəssisələr inşa edilir. Bundan əlavə, yerli hökumət turistləri cəlb etmək üçün infrastruktur layihələrinə sərmayə qoya bilər. Belə layihələrə yeni avtomagistralların, parkların və ictimai obyektlərin tikintisi daxildir ki, bu da təkcə turistlər üçün deyil, həm də yerli sakinlər üçün faydalıdır. Turizmin inkişafı nəticəsində ölkədə həyat keyfiyyəti yaxşılaşdıqca, yerli əhali də bu imkanlardan faydalana bilər. Sakinlər turistlər üçün nəzərdə tutulan yüksək həyat standartlarından yararlana bilərlər [2, səh. 80-85]. Məsələn, yeni açılan müəssisələr iş imkanlarını artırır və iqtisadi müxtəlifliyə töhfə verir. Bu isə daha yaxşı ictimai xidmətlər, inkişaf etmiş təhsil imkanları və icma qürurunun güclənməsi ilə nəticələnir. Bundan əlavə, turistlər yeni ideyalar, baxışlar və mədəniyyətlər gətirərək yerli icmanın sosial və mədəni zənginləşməsinə kömək edə bilərlər [3, səh. 110-113].

Nəzəri Çərçivə: Şoklar, Multiplikatorlar və Davamlılıq

Pandemiya turizm sektorunda həm tələb, həm də təklif tərəflərində, eləcə də institusional mühitdə eyni vaxtda şoklara səbəb oldu. Tələbat şoku risk qavrayışı, gəlir itkisi və hərəkətlərə qoyulan məhdudiyyətləri səbəbindən yarandı. Təklif şoku sərhəd və biznes bağlanmaları, hava və quru nəqliyyatının dayandırılması və işçi qüvvəsinin azalması nəticəsində yarandı. Bu iki şokun birləşməsi klassik Keyns multiplikator mexanizmi vasitəsilə ümumi gəlirin (ÜDM) daha böyük azalmasına gətirib çıxarır. Turizm xərclərinin ilkin azalması sonradan təchizat zəncirinin

xərclərinin azalmasına səbəb olur ki, bu da öz növbəsində gəlir və məşğulluq vasitəsilə tələbi azaldır.

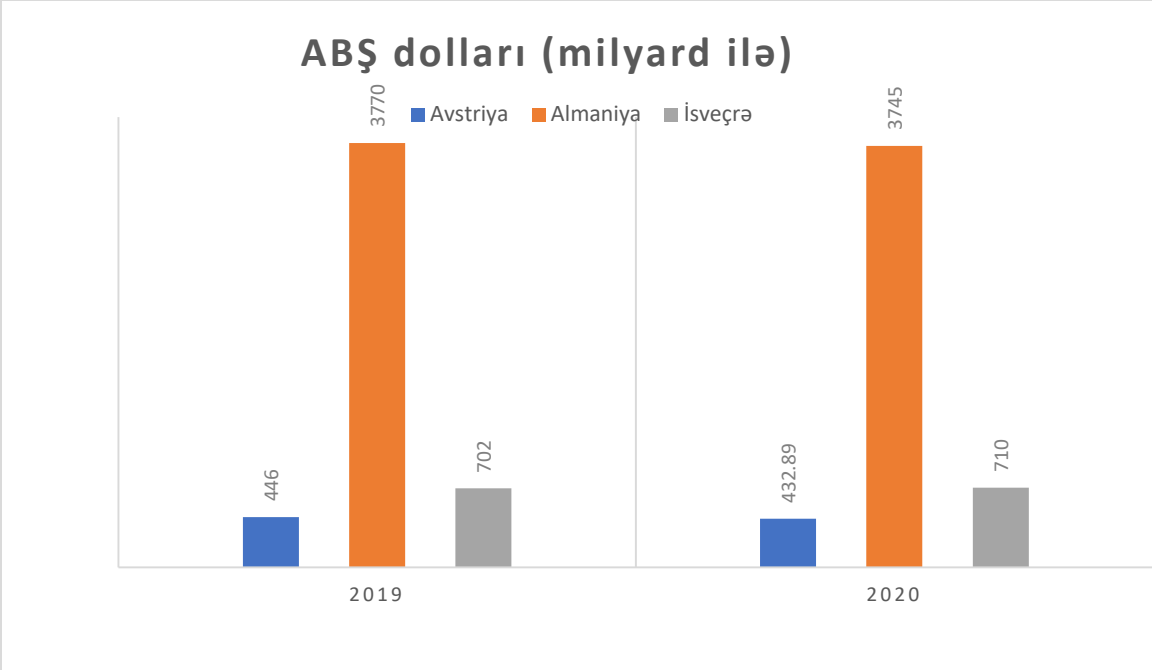
Turizmin iqtisadi izini qiymətləndirmək üçün turizm səviyyəli hesablar (TSA), giriş-çıxış (I-O) cədvəlləri və ümumi xərc tarazlığı (CGE) modelləri kimi alətlərdən istifadə olunur. Bu alətlər pandemiya kimi kəskin şokların sektor və regional təsirlərini təhlil etmək, eləcə də siyasət ssenarilərini qiymətləndirmək üçün faydalıdır. Davamlılıq nəzəriyyəsi sistemin şoklar qarşısında uyğunlaşmaq, mənimsəmək və transformasiya etmək qabiliyyətini vurğulayır: müəssisə likvidlik ehtiyatları, əməliyyatların rəqəmsallaşdırılması, bazarın diversifikasiyası və idarəetmə çevikliyi kimi amillər bərpa nisbətlərindəki fərqləri izah edir.

Metodologiya və Verilənlər Bazası

Bu məqalədə mövzu ilə bağlı mövcud akademik ədəbiyyatın (kitablar və məqalələr), beynəlxalq təşkilatların (UNWTO, WTTC və s.) hesabatlarının və seçilmiş regional analitik tədqiqatların təhlili daxil olmaqla, mənbə əsaslı yanaşmadan istifadə olunur. Məqalənin məqsədi pandemiyanın turizmə təsir mexanizmlərini konseptual baxımdan izah etmək, Avropa regionunda və DACH ölkələrində struktur tendensiyalarını ümumiləşdirmək və Azərbaycan üçün praktik nəticələr çıxarmaqdır. Təhlil həm qısamüddətli, həm də ortamüddətli dövrləri əhatə edir. Xüsusi diqqət sahələrinə rəqəmsal transformasiya, daxili turizmə qayıdış, səhiyyə protokolu standartları, "yaşıl bərpa" və işgüzar səyahət (MICE) bazarının dəyişən dinamikası daxildir.

Avropanın Turizm Sektorundakı Rolu və İqtisadi Təsiri

Avropa regionu qlobal turizm və səyahət sənayesində əsas töhfə verən regiondur. Avropa İttifaqının (Aİ) turizmi dünya üzrə turizm fəaliyyətlərinin 50%-ni təşkil edir və bu, hər iki səfərdən birinin Avropa mənşəli olduğunu göstərir [6, səh. 23-25]. Avropa ölkələrində turizm qlobal səyahət və turizm fəaliyyətlərinin 48%-nə bərabərdir [7, səh. 45-48]. İstirahət sənayesi qlobal xidmət sektorunun əsas komponentlərindən biridir [8, səh. 15-20]. Səyahət və turizm yalnız fərdi fəaliyyətlər deyil, həm də biznes əməliyyatlarına və nəticədə qlobal iqtisadiyyata əhəmiyyətli töhfə verir. Turizm sektoru təyinat ölkəsinin yerli ÜDM-ini artıran əsas iqtisadi gücdür [9, səh. 30-35]. DACH regionu (Almaniya, Avstriya və İsveçrə) qlobal turizm iqtisadiyyatında mühüm rol oynayır. 2018–2020-ci illər arasındakı məlumatlara əsasən, bu üç ölkənin turizm sektoru ÜDM-ə 5.1 trilyon ABŞ dolları həcmində töhfə vermişdir [10, səh. 12-15].



[12].

DACH termini Almaniya (D), Avstriya (A) və İsveçrəni (CH) təmsil edən bu üç qonşu ölkəyə aid edilir. Bu ölkələr həm sosial, həm də iqtisadi baxımdan ən yüksək inkişaf standartlarına malikdir. Xidmət sektoru bu ölkələrin ÜDM-ində mühüm rol oynayır: Avstriyada xidmət sektorunun ÜDM-ə töhfəsi 71.4%, Almaniyada isə 61.8% olmuşdur. 2018-ci ildə DACH ölkələrinə 135 milyon turist səfər etmişdir [6, səh. 18-20]. Almaniya turizmdə 94 milyard dollar xərcləmə ilə dünyanın üçüncü ən böyük turist xərcləyən ölkəsi olmuşdur. Avropa regionu hər il 600 milyon turistin gəldiyi qlobal turizm mərkəzidir [7, səh. 60-62]. 2010-cu illərdə turizm və istirahət sənayesinin böyüməsi, bir çox ölkənin aktiv iştirakı və mobilliyi sayəsində sürətlənmişdir. Bundan əlavə, Çin və ABŞ, Avropa daxili turizmi ilə birlikdə qlobal turizm bazarının əsas oyunçuları olmuşdur. Turist sayının artması bəzi çətinliklər yaratmış və bir çox turizm məkanları dayanıqlı həll yolları axtarmağa başlamışdır.

Pandemiyanın Turizm və Biznes Sektoruna Təsiri

COVID-19 pandemiyası bütün dünyada turizm sektoruna ciddi zərbə vurdu. Sərhədlərin bağlanması, turistlərin nəqliyyatının azalması və turizm tələbinin düşməsi bu sahəyə ciddi təsir göstərdi. Turizm pandemiyadan ən çox zərər çəkən sahə oldu. 2019-cu ilin dekabrında Çinin Uhan şəhərində ilk koronavirus hadisəsi qeydə alındıqdan sonra, Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı (ÜST) 2020-ci ilin mart ayında COVID-19-u pandemiya kimi elan etdi. Bu, insan itkilərinə və qlobal iqtisadi böhrana səbəb oldu. Bəzi şirkətlər və sektorlar böhranın dərhal təsirini hiss etməsə də, uzunmüddətli dövrdə əksər biznes sahələri ciddi zərərlərlə qarşılaşdı. Dəyişkən xarakterə malik olan turizm sektoru, pandemiya və tətbiq edilən məhdudiyyətlər səbəbindən ən çox zərər çəkən sahə oldu [11, səh 25-30]. Virusun yayılmasından sonra hava limanlarının bağlanması, səyahət məhdudiyyətləri və otel sektorundakı fəaliyyətlərin dayandırılması nəticəsində milli və beynəlxalq turizm kəskin şəkildə azaldı [12] [13, səh 35-40]. Digər sahələr COVID-19 pandemiyası dövründə məhdudiyyətlər altında fəaliyyətlərini davam etdirmək üçün alternativ yollar tapsalar da, turizm

sektoru bu imkandan məhrum oldu [14, səh 22-28]. Məsələn, qeyri-ərzaq pərakəndə sektoru onlayn satışlara keçdi, bəzi geyim və avadanlıq istehsalçıları maska və respirator istehsalına yönəldi. Lakin istifadə olunmamış turizm potensialı növbəti illərə ötürülə bilmədiyi üçün turizm gəlirləri daimiliklə itirildi [15, səh 8-13]. COVID-19 pandemiyası turizm sektoruna yalnız iqtisadi deyil, sosial və siyasi böhran kimi də təsir etdi. BMT-nin Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNWTO) son hesablamalarına görə, 2020-ci ilin ilk on ayında beynəlxalq turist səfərləri 72% azaldı və bu azalma qlobal ÜDM-də 2 trilyon ABŞ dollarından çox iqtisadi itkiyə səbəb oldu [16, səh 41-45]. Pandemiya turizm sektoruna yalnız gəlirlərin azalması baxımından deyil, həm də turistlərin təhlükəsizlik narahatlıqları və səyahət etmək istəklərinin azalması baxımından mənfi təsir göstərdi [10, səh 20-25]. Turizm sənayesi 1997 və 2008-ci illərdəki maliyyə böhranları, 2003-cü ildəki SARS epidemiyası, sosial iğtişaşlar və zəlzələlər kimi gözlənilməz böhranlardan ciddi təsirlənmişdir [17, səh 5-10]. COVID-19 pandemiyası isə bu təsiri daha da gücləndirərək həm iqtisadi sektorlara, həm də turistlərin məmnuniyyətinə mənfi təsir göstərmişdir. 2020-ci ildə beynəlxalq turizmin 80% azalacağı proqnozlaşdırılmışdı [18, səh 30-35]. Xüsusilə, ÜDM-nin böyük bir hissəsi turizmdən asılı olan ölkələr bu vəziyyətdən ciddi iqtisadi itkilər yaşadı. Çünki turizm, xüsusilə inkişaf etməkdə olan və keçid iqtisadiyyatına malik ölkələrdə, iqtisadi inkişafın əsas hərəkətverici qüvvələrindən biridir [19, səh 50-55]; [20, səh 60-65].

Azərbaycan Konteksti: Çətinliklər və İmkanlar

Pandemiya, əsasən sərhədlərin bağlanması və hava səyahətinə qoyulan məhdudiyyətlər səbəbindən ölkəyə turistlərin gəlişini kəskin şəkildə azaldıb. Bakıdakı biznes və tədbir turizmi sektoru xüsusilə ağır zərbə alıb. Daxili bazar qısamüddətli kömək təmin etsə də, mövsümilik və qısamüddətli qalmalar gəlirləri sabitləşdirə bilməyib. Nəticədə, bir çox kiçik müəssisələr pul vəsaitlərinin axınında fasilələrlə üzləşib, borc öhdəlikləri və sabit xərclər isə mənfəətin azalmasına səbəb olub.

Əməliyyat səviyyəsində kiçik və orta ölçülü müəssisələrin rəqəmsal yetkinliyindəki boşluqlar aşkar olub: onlayn sifariş, kanal idarəetməsi, dinamik qiymətlər, çoxdilli ünsiyyət və nüfuzun idarə edilməsi kimi sahələrdəki fərqlər konversiya nisbətlərini azaltdı. Onlayn səyahət agentliklərinə artan etibar paylama xərclərinin artmasına, sanitariya protokolları və tutum məhdudiyyətlərinin isə əməliyyat xərclərinin artmasına səbəb olub. İşçilərin dəyişməsi və xidmət standartlarının qorunması ayrı bir çətinliyə çevrilib. Digər tərəfdən, qonaq gözləntiləri dəyişib: şəffaf gigiyena standartları, təmassız əlaqə nöqtələri və yerli təcrübələrə çıxış əsas qərar qəbuletmə amillərinə çevrilib. Bu ehtiyacları ödəmək üçün veb sayt, sürətli mobil ödənişlər, ani mesajlaşma və çoxkanallı dəstək kimi komponentlərə investisiya qoyuluşları tələb olunub. Kiçik müəssisələr üçün bu keçidin sürəti və dəyəri əsas maneələrə çevrilib.

Eyni zamanda, yeni imkanlar ortaya çıxdı. Daxili turizmdə avtomobil səyahətləri, kənd evlərinin kirayəsi və təbiət və dağ marşrutlarına maraq artdı. Naftalan və digər sağlamlıq resursları "bərpa + istirahət" paketlərinə çevrilə bildi. Görməli yerlərə turlar, qısa video məzmun, mikro-təsir göstərənlərlə yerli hekayələr, eləcə də "üzv qiymətləri" və birbaşa sifarişlər üçün bonuslar konversiyanı artırmaq üçün təsirli vasitələrə çevrildi. Uzaqdan işləyənlər üçün uzadılmış qalma təklifləri mövsümiliyi azaltmağa kömək etdi.

Rəqəmsal Transformasiya və Yeni Modellər

Pandemiya məkan əsaslı və təmassız ödəniş həllərinə tələbatı kəskin şəkildə dəyişdirərək turizm sənayesində illərlə davam edəcək rəqəmsal inqilaba səbəb oldu. Fiziki təmasın minimuma endirilməsi ehtiyacı şirkətləri mobil tətbiqləri, təmassız prosesləri və bulud əsaslı idarəetmə sistemlərini sürətlə tətbiq etməyə məcbur etdi. Onlayn qeydiyyat və çıxış, rəqəmsal açar həlləri, biometrik sərhəd və terminal yoxlama məntəqələri və sağlamlıq bəyannamələrinin rəqəmsallaşdırılması kimi addımlar qonaq xidmətlərinin yükünü azaltmaqla yanaşı, əməliyyat xərclərini və növbələri də sadələşdirdi. Bu texnologiyalar əvvəllər yalnız böyük şəbəkələrdə mövcud olsa da, pandemiyadan sonrakı dövrdə modul lisenziyalaşdırma modelləri və SaaS həlləri onları kiçik və orta ölçülü otellər, hostellər və kənd turizmi obyektləri üçün əlverişli alternativə çevirdi.

Mobil ödənişlərin yayılması həm gigiyena, həm də sürət baxımından dönüş nöqtəsi oldu. Qonaqlar POS terminalına toxunmadan NFC vasitəsilə otaqları üçün ödəniş edə və əvvəlcədən ödənilmiş depozitləri təhlükəsiz ödəniş vasitəsilə köçürə bilərlər. Restoranlarda və otaq xidmətlərində QR menyularının istifadəsi çap, təchizat və inventar idarəetməsi yükünü azaltdı və qiymətlərin və menyu tərkib hissələrinin ani yenilənməsinə imkan verdi. Bu arada, çoxkanallı ünsiyyət — veb sayt söhbətləri, WhatsApp/Telegram botları və sosial media mesajları — cavab müddətlərini azaltmış və zəng gecikmələrindən qaynaqlanan itkiləri azaltmışdır. Bu "hibrid qəbul" yanaşması işçiləri monoton, təkrarlanan suallardan azad etmiş və onlara daha yüksək dəyərli, fərdiləşdirilmiş xidmətlərə diqqət yetirməyə imkan vermişdir.

Süni intellektlə işləyən sual-cavab alətləri və avtomatlaşdırılmış sorğu formaları (gəlişdən əvvəl sorğular, veb qeydiyyat) strukturlaşdırılmış məlumatların toplanmasını sadələşdirmişdir. Qonaq prioritetləri — məsələn, erkən qeydiyyat, allergiya, otaq temperaturu seçimləri, yastıq menyuları, beşik istəkləri və s. — gəlişdən əvvəl sistemdə qeyd edildiyi üçün xidmət daha proaktiv və fərdiləşdirilmiş hala gəlmişdir. Arxa ofisdə robot proses avtomatlaşdırılması (RPA) faktura, agent komissiyasının uzlaşdırılması və otaq statusunun PMS ilə sinxronlaşdırılması kimi təkrarlanan əməliyyatların daha az səhvlə və daha sürətli şəkildə tamamlanmasına imkan vermiş, həm əməliyyat səmərəliliyini, həm də şəffaflığı artırmışdır.

Pandemiyadan bəri gəlirlərin idarə edilməsində dinamik qiymət alqoritmlərinin rolu əhəmiyyətli dərəcədə artmışdır. Tələb dəyişkənliyi, son dəqiqə sifariş davranışı və yerli hadisələrin təsiri artıq daha dəqiq seqmentlər istifadə edilərək izlənilir. Otaq və paket qiymətləri artıq yalnız mövsümi və həftəlik ritmlərlə deyil, həm də axtarış fəaliyyəti, rəqib qiymətləri, metaaxtarış siqnalları, uçuş mövcudluğu və hətta hava proqnozları kimi dəyişənlərlə müəyyən edilir. Təsir analitikası - rəylərdəki hisslərin təhlili, mövzu uyğunluğu və cavab nisbəti - artıq yalnız marketinq göstəriciləri deyil, həm də qiymət elastikliyinə təsir edən "sosial sübut"un bir hissəsidir. Yüksək məmnuniyyət nisbətlərinə malik əmlaklar üçün konversiya nisbətlərinin artırılması OTA komissiyaları və birbaşa satışlar arasında optimal balansın yenidən düşünülməsini tələb edir.

Əmək Bazarı və Bacarıqlar: Rəqəmsal Savadlılıq, Xidmət Dizaynı və Dil Bacarıqları

Pandemiya turizm sektorunda kəskin məşğulluq şokuna səbəb oldu və qısa müddət ərzində iş yerlərinin itirilməsinə, məşğulluğun olmamasına və işçi qüvvəsinin yenidən yerləşdirilməsinə səbəb oldu. Onun struktur təbiəti tələbatın azalması və sonrakı dalğalarda həm qlobal, həm də regional səviyyələrdə səyahət məhdudiyyətləri ilə izah olunur [11], [12]. Böhran bizə turizmin iqtisadiyyata verdiyi töhfənin yalnız ziyarətçi xərcləri ilə deyil, həm də məşğulluq və dolayı çarpanlarla müəyyən edildiyini xatırlatdı və bacarıqların təkmilləşdirilməsini bərpa strategiyasının mərkəzinə qoydu [4].

Rəqəmsal savadlılıq pandemiyadan sonrakı iş profillərinin əsas elementinə çevrildi: bulud əsaslı PMS/CRM istifadəsi, kanal idarəetməsi və dinamik qiymət mexanizmləri, onlayn nüfuzun

idarə edilməsi, "təmassız" proseslərin tətbiqi və məlumatların analitikaya çevrilməsi kimi bacarıqlar həm əməliyyat səmərəliliyini, həm də gəlir idarəetməsini birbaşa artırır [10], [6], [3]. Platforma iqtisadiyyatı ilə işləmək — qısamüddətli icarə ekosistemlərində standartları, vergiləri və ictimai normaları anlamaq, eləcə də yerli təchizat zəncirləri ilə inteqrasiya — praktik bilik bazasına çevrilmiş və rəqəmsal bazarlarda kiçik və orta ölçülü müəssisələrin görünürlüyünü artırmışdır [5], [3].

Müştəri səyahət xəritələşdirməsi, təmassız qeydiyyat və çıxış, çevik ləğv siyasətləri, gigiyena protokollarını "görünən xidmət sübutu"na çevirmək və sürətli və şəffaf şikayətlərin idarə olunması kimi xidmət dizayn elementləri pandemiya dövründə etibar tələblərinə cavab verir [3], [2]. Davranış psixologiyasını nəzərə alan dizayn — gözləntiləri idarə etmək, riskləri azaltmaq və informasiya asimmetriyalarını minimuma endirmək — Krippendorffun turist davranışı ilə bağlı klassik tezislərini COVID-dən sonrakı kontekstdə praktikaya çevirir [1]. Eyni zamanda, davamlılıq meyarlarının xidmət dizaynlarına daxil edilməsi nüfuz risklərini azaldır və icma münasibətlərini gücləndirir [7], [9].

Dil bacarıqları böhran dövründə məlumata etibarın və çevik satışların təmin edilməsi üçün vacib hala gəlmişdir: çoxdilli ünsiyyət (məsələn, regional bazarların dominant dillərində sürətli cavablar, qaydaların sadə izahları, qaynar xətlər və çatbotlar) konversiyanı sabitləşdirir və həm daxili, həm də yarı xarici bazarlarda "təhlükəsiz açılış" hissini artırır [6], [10]. Reputasiya idarəetməsi ilə birlikdə bu bacarıqlar OTA və birbaşa satışlar arasındakı tarazlıqda əhval-ruhiyyənin yaxşılaşmasına, cavab sürətinin artmasına və marjanın qorunmasına gətirib çıxarır [3], [5].

Siyasət və idarəetmə səviyyəsində hədəflənmiş yenidən hazırlıq/ixtisasartırma proqramları - qısa modul təlimlər, iş yerində təlim mexanizmləri və mikro-sertifikatlaşdırmalar - xüsusilə inkişaf etməkdə olan bazarlarda bərpa tempini sürətləndirir və iqtisadi artımın turizm kanalını gücləndirir [8], [9]. Bu proqramlar daxilində rəqəmsal əməliyyatların, xidmət dizaynının və dil bacarıqlarının inteqrasiyası, UNWTO [12] tərəfindən vurğulandığı kimi, tələbin bərpasında etimad, təhlükəsizlik və informasiya şəffaflığının əsaslarını gücləndirir və həmçinin WTTC məşğulluq göstəriciləri ilə ölçüldüyü kimi sektorun makroiqtisadi dayanıqlığını artırır [4].

Nəticə

COVID-19 pandemiyası son onilliklərin turizm sahəsinə ən ciddi mənfi təsirlərindən birini yaratdı. Turizm sənayesinin gəlirlərinin azalması, uçuşların kəskin şəkildə azalması, milyonlarla iş yerinin itirilməsi və səyahətçilərin səfər planlaşdırmaqda yaşadığı qorxu və qeyri-müəyyənlik, pandemiyanın qlobal turizm sektoruna vurduğu əsas zərbələrdən oldu. Ənənəvi proqnoz metodlarına əsaslanan iqtisadi fəaliyyətlər bu cür qlobal böhranlarla mübarizədə yetərsiz qala bilər. Buna görə də, həm akademik tədqiqatlarda, həm də biznes əməliyyatlarında daha dəqiq proqnozlaşdırma yanaşmalarına ehtiyac vardır. 2019-cu ilin sonlarından etibarən COVID-19 pandemiyası qlobal sağlamlıq böhranlarına, sosial fövqəladə hallara və iqtisadi tənəzzülə səbəb olmuşdur. COVID-19 pandemiyası biznes sektorunun davamlı fəaliyyətinə güclü təsir göstərmiş və bu vəziyyətdə şirkət rəhbərlərinin (CEO) rolu daha da vacibləşmişdir. Onlar iqtisadi zərərləri azaltmaq və gəlirləri bərpa etmək üçün yenilikçi strategiyalar hazırlamalı olmuşdur. Eyni zamanda, sosial media platformaları pandemiya böhranı dövründə müxtəlif maraqlı tərəfləri informasiya ilə təmin etməkdə mühüm rol oynamışdır. Turizm və istirahət sektoru pandemiyadan ən ağır zərbə alan sahələrdən biri olmuşdur. Bu sektor qlobal səviyyədə ən həssas sənaye sahələrindən sayılır. Səyahət, istirahət və daxili turizm fəaliyyətlərində kəskin azalma qeydə

alınmış və bu da 2,86 trilyon ABŞ dolları həcmində iqtisadi itkiyə gətirib çıxarmışdır ki, bu da gəlirlərin 50%-dən çox azalmasına səbəb olmuşdur.

Müsbət Baxış və Yeni İmkanlar:

Buna baxmayaraq, bu çətin vəziyyətə daha optimist yanaşmaq və turizm iqtisadiyyatını inkişaf etdirmək üçün yaranan imkanlara diqqət yetirmək vacibdir. Bu imkanlardan bəziləri aşağıdakılardır:

-Ekoturizmə İnvestisiya: Təbiətə zərər verməyən turizm fəaliyyətlərinə sərmayə qoymaq.

-Səhiyyə və Təhlükəsizlik Protokollarının Tətbiqi: Səyahət və qonaqpərvərlik sahəsində sağlamlıq və təhlükəsizlik standartlarını gücləndirmək.

-Krizis İdarəçiliyi Üzrə Təlimlər: Menecerləri və işçiləri böhran vəziyyətlərində daha effektiv işləmək üçün hazırlamaq.

-Robot Texnologiyalarının İnkişafı: Turizm sahəsində robot tətbiqlərindən istifadəni artırmaq.

Bu cür təşəbbüslər, turizmi pandemiya sonrası dövrə uyğunlaşdıraraq daha dayanıqlı və təhlükəsiz bir sahəyə çevirmək üçün vacib rol oynaya bilər.

Ədəbiyyat

1. Krippendorf, J. (1987). *The Holiday Makers: Understanding the Impact of Leisure and Travel*. London: Heinemann.
2. Mathieson, A. & Wall, G. (1992). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow: Longman.
3. McCabe, S. & Qiao, G. (2020). *The Handbook of Tourism Impacts: Social, Environmental, and Economic Perspectives*. London: Edward Elgar Publishing.
4. World Travel & Tourism Council (WTTC). (2017). *Economic Impact of Travel and Tourism 2016*. London: WTTC.
5. Airbnb. (2020). *Economic Impact Report: Empowering Local Communities*. San Francisco: Airbnb.
6. Naslund, B., Peters, M., & Smith, J. (2016). *European Tourism Trends and Prospects*. Brussels: European Travel Commission.
7. Boluk, K. A., Cavaliere, C. T., & Higgins-Desbiolles, F. (2019). *Critical Perspectives on Tourism and Sustainability*. Abingdon: Routledge.
8. Iorember, P., Alagidede, P., & Etim, P. (2021). *Tourism and Economic Growth in Emerging Markets*. New York: Springer.
9. Wondirad, A., Tolkach, D., & King, B. (2021). *Sustainable Tourism Development in Developing Countries*. London: Edward Elgar Publishing.
10. Neuburger, L. & Egger, R. (2020). *Tourism Management in the DACH Region: Case Studies and Best Practices*. Wiesbaden: Springer
11. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism, 29(1), 1–20
12. UNWTO. (2020). World Tourism Barometer, 18(7). Retrieved from https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.7.
13. McCabe, S. & Qiao, G. (2020). The Handbook of Tourism Impacts: Social, Environmental, and Economic Perspectives. London: Edward Elgar Publishing.

14. World Travel & Tourism Council (WTTC). (2017). Economic Impact of Travel and Tourism 2016. London: WTTC.
15. Airbnb. (2020). Economic Impact Report: Empowering Local Communities. San Francisco: Airbnb.
16. Naslund, B., Peters, M., & Smith, J. (2016). European Tourism Trends and Prospects. Brussels: European Travel Commission.
17. Boluk, K. A., Cavaliere, C. T., & Higgins-Desbiolles, F. (2019). Critical Perspectives on Tourism and Sustainability. Abingdon: Routledge.
18. Iorember, P., Alagidede, P., & Etim, P. (2021). Tourism and Economic Growth in Emerging Markets. New York: Springer.
19. Wondirad, A., Tolkach, D., & King, B. (2021). Sustainable Tourism Development in Developing Countries. London: Edward Elgar Publishing.
20. Faber, B. & Cecile, G. (2019). Tourism and Economic Development: Evidence from Mexico's Coastline. American Economic Review.

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 09.09.2025

Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 12.10.2025

Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 27.10.2025