

6. Tullo, Alexander H. (30 July 2012). "Global top 50". Chemical & Engineering News. American Chemical Society.
7. Tullo, Alexander H. (29 July 2013). "Global top 50". Chemical & Engineering News. American Chemical Society.
8. Tullo, Alexander H. (28 July 2014). "C&EN's Global Top 50 Chemical Firms For 2014". Chemical & Engineering News. American Chemical Society. Retrieved 22 August 2014.
9. Tullo, Alexander H. (27 July 2015). "Global Top 50". Chemical & Engineering News. 93 (30). p. 16.
10. Tullo, Alexander H. (25 July 2016). "C&EN's Global Top 50". Chemical & Engineering News. 94 (30). p. 35.
11. Tullo, Alexander H. (24 July 2017). "C&EN's Global Top 50 chemical companies of 2016". Chemical & Engineering News. Retrieved 9 October 2018.
12. "GDP per capita (current US\$) – Nigeria // Data". data.worldbank.org. Retrieved 25 May 2020.

РЫНОК ТУРИСТСКИХ УСЛУГ И ОСОБЕННОСТИ ЕГО РАЗВИТИЯ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Гасанов Арзу Наджаф

Профессор кафедры «Менеджмент и туристское дело»

Гянджиский Государственный Университет

Асланова Лейла Шахин

Магистр

Гянджиский Государственный Университет

MARKET OF TOURISM SERVICES AND FEATURES OF ITS DEVELOPMENT IN AZERBAIJAN

Hasanov Arzu Najaf

Professor of the Department "Management and Tourism business"

Ganja State University

Aslanova Leyla Shahin

master

Ganja State University

[DOI: 10.31618/ESU.2413-9335.2022.2.94.1586](https://doi.org/10.31618/ESU.2413-9335.2022.2.94.1586)

АННОТАЦИЯ

В статье излагается сущность рынка туристских услуг, дается определение этого понятия. Перечисляются условия эффективного функционирования, специфические особенности рынка туристских услуг. Доводится до сведения значение и роль туризма в решении социально-экономических проблем и экономического развития в целом. Характеризуется современное состояние международного туристского рынка, динамика развития за последние годы и влияние пандемии на рост мирового туризма. Оценивается туристский потенциал Азербайджана с целью развития национального рынка туристских услуг, анализируется состояние развития туристской отрасли, экономические показатели туристских предприятий, выявляются проблемы развития рынка туристских услуг и предлагается пути их решения.

ABSTRACT

The article describes the essence of the tourist services market, gives a definition of this concept. The conditions for effective functioning, specific features of the tourist services market are listed. The importance and role of tourism in solving socio-economic problems and economic development in general is brought to the attention. The current state of the international tourism market, the dynamics of development in recent years and the impact of the pandemic on the growth of world tourism are characterized. The tourism potential of Azerbaijan is evaluated in order to develop the national market of tourism services, the state of development of the tourism industry, the economic performance of tourism enterprises are analyzed, the problems of development of the tourism services market are identified and ways to solve them are proposed.

Ключевые слова: рынок туристских услуг, участники туристского рынка, движение продуктов и услуг, туристский потенциал Азербайджана.

Keywords: market of tourist services, participants of the tourist market, movement of products and services, tourism potential of Azerbaijan.

Введение.

Рынок туристских услуг можно характеризовать как пространство, где деньги обмениваются на туристские продукты и услуги, и наоборот, туристские продукты и услуги на деньги. Рынок туризма также рассматривается как сфера экономических отношений между туроператорами и турагентами, производителями и продавцами туристских продуктов и услуг и основными потребителями рынка-туристами.

По мнению некоторых авторов, рынок туризма можно характеризовать как совокупность экономических отношений между туристами и туроператорами. В результате этих отношений туристские продукты и услуги становятся предметом обмена между туристскими предприятиями и туристами, участвующими в рынке, в результате чего происходит движение продуктов и услуг и денежных средств,

обеспечивающих экономические интересы сторон [1, с.18; 3, с. 6].

Материалы и методы исследования.

Информационную базу исследования составляют теоретические и методологические исследования в области туризма, данные международных и региональных туристских организаций, Государственного Агентства по Туризму Азербайджана, Госкомстата и туристских предприятий.

В ходе исследования использовались следующие методы: математико-статистический, сравнение, анализ и синтез.

Научная новизна исследования.

Были изучены особенности и вопросы развития рынка туристских услуг в мире и в Азербайджане, выявлены существующие проблемы и даны научно обоснованные предложения по их устранению.

Обсуждение и результаты.

В любом случае для нормального функционирования рынка туристских услуг, должны быть обеспечены определенные условия. Эти условия включают в себя:

- формирование свободной конкурентной среды среди субъектов рынка туристских услуг;
- создание производителям туристских услуг благоприятных условий для эффективного использования имеющихся конкурентных преимуществ;
- обеспечение доступа субъектам рынка туристских услуг к туристским ресурсам и факторам производства туристских продуктов и услуг;
- предложение туристскими предприятиями рынку широкий спектр туристских продуктов и услуг, имеющие отличительные особенности;
- создание широких возможностей и благоприятных условий потребителям для выбора туристских продуктов и услуг;
- обеспечивать высокое качество продукции и услуг, предлагаемых на рынке туризма и организовать контроль их качества;
- установление единых правил безопасной работы всех участников туристского рынка.

Для понимания особенностей рынка туристских услуг важно рассмотреть его структуру. Структура туристского рынка отражает его внутреннее строение, составляющие его элементы и отношения, возникающие между элементами при функционировании. Рынок туристских услуг также можно рассматривать как систему взаимодействия таких элементов, как спрос, предложение, конкуренция, качество услуг, цена на туристские продукты и услуги. Рынок туристских услуг как система также выполняет такие функции, как доставка услуг и продуктов потребителям, реализация потребительской ценности туристских услуг и продуктов, организация отдыха и оздоровления потребителей, создание материального стимула к труду.

В целом рынок туристских услуг занимает важное место в комплексе

социально-культурных услуг и является средой реализации туристских продуктов и услуг, позволяющий потребителям воспроизводить свои духовные, психологические, интеллектуальные и физические силы.

Все процессы на рынке туристских услуг реализуются на основе функционирования механизма туристского рынка. Этот механизм можно характеризовать как систему организационно-экономического воздействия на спрос и предложение в туризме, обмен «деньги-туристский продукт», стимулирование сбыта, движение продуктов и услуг, балансирование, диверсификация и регулирование денежных и туристских потоков. Именно посредством этих механизмов создается туристский оборот на рынке туристских услуг, постоянно движутся и встречаются денежные и туристские потоки, а спрос на туристские услуги обеспечивается в зависимости от потребностей и желаний туристов, удовлетворяются их потребности на отдых, оздоровлению, познанию, новым впечатлениям и т.д.

Рынок туристских услуг, как и все другие рынки, имеет как общие черты, так и определенные специфические особенности. Сильное влияние фактора сезонности, функциональная зависимость спроса на туристские продукты и услуги от туристских мотивов и сопротивления между местом постоянного проживания туристов и дестинациями, предложение на рынок наибольшей туристских продуктов и услуг, имеющих схожие специфические свойства, различие места и времени покупки и потребление услуг и продуктов, разная полезность услуг, как благо для рынка и потребителей из-за влияния внешних и внутренних факторов и т. д. отражают специфические особенности рынка туристских услуг.

Туризм играет важную роль в развитии современной мировой экономической системе. На долю туризма приходится 9% мирового ВВП, одно из каждых 11 рабочих мест, 6% инвестиций, 6% всего экспорта и 25% рынка услуг [7]. Эти показатели доказывают значение индустрии туризма в экономике и ее важную роль в решении социально-экономических проблем.

Самый высокий уровень развития в сфере туризма наблюдался в 2019

году. По данным ВТО, в 2019 году годовой оборот туризма составил 4,7 трлн. долларов, а доходы от туризма-1,48 трлн долларов. В том же году доля туризма в мировом ВВП составила 10,4%. Одно из 10 рабочих мест в мире, 4,4% от общего объема капиталовложений пришлось на индустрию туризма [8].

Если не учитывать негативные воздействия пандемии covid-19 последних лет, индустрия туризма является одной из самых быстрорастущих отраслей в мире. В частности, после мирового экономического кризиса 2009 года индустрия туризма начала приобрести более массовый характер и быстро развиваться, с ежегодным приростом в 4-8% в различных туристских

регионах. Однако эта динамика пережила серьезный спад в 2020 году из-за пандемии covid-19, и в том же году количество туристских поездок в мире сократилось на 74% по сравнению с 2019 годом, доходы от туризма сократились на 1,3 трлн. долларов, около 120 млн рабочих мест были потеряны [6, с. 3].

В последние два года (2020-2021 гг.) наиболее пострадавшей от коронавирусной инфекции сферой хозяйственной деятельности стал международный туризм. Согласно последним данным UN WTO, предполагается, что в 2021 году число международных туристских посещений понизится на 70-75% по сравнению 2019 годом, а экономика туризма по-прежнему сильно пострадает от пандемии. Прямой валовый внутренний продукт туризма может потерять еще 2 триллиона долларов, как в 2020 году, а экспорт туризма, по прогнозам, останется на уровне 700-800 миллионов долларов, что значительно ниже 1,7 триллиона долларов, зафиксированных в 2019 году [9, с. 2].

По данным ВТО на 18 января 2022 г., количество международных туристских поездок в 2021 г. увеличилось на 4% (415 млн человек) по сравнению с 2020 г., но это на 72% меньше этого показателя до пандемии [10]. Такой рост во второй половине 2021 года стал возможным, благодаря проведению вакцинации в большинстве стран и смягчению ограничений на въезд в некоторые страны. Туристские посещения в этот период сократились на 62% по сравнению с 2019 годом. Однако в результате распространения вируса «омикрон» количество посещений с декабря 2021-го года снова понизилось. По сравнению с 2020 годом рост в 2021 году в регионах составил 19% и 17% в Европе и Америке соответственно, в субрегионах: в Карибском бассейне-63%, в Средиземноморье-57% и в Центральной Америке-54%. Несмотря на рост в этих регионах и субрегионах, количество туристских поездок на 56% ниже, чем в 2019 году. Хотя количество прибывающих в африканский регион увеличилось на 12% в 2021 году по сравнению с 2020 годом, оно на 74% ниже, чем в 2019 году. На Ближнем Востоке, в Азии и Тихоокеанском регионе количество посетителей сократилось на 24% и 65% соответственно по сравнению с 2020 годом. Доходы от туризма в 2021 году могут превысить 700 миллиардов долларов, что немного больше, чем в 2020 году. Доход от одного туриста, по предварительным оценкам, увеличился на 200 долларов по сравнению с 2020 годом, и составил 1500 долларов [10]. По мнению экспертов, достигать уровня 2019 года в международном туризме можно будет после 2024 года. Прогнозируется, что туризм вырастет на 58% в 2022 году и на 48% в 2023 году.

Как видно, несмотря на некоторые проблемы в развитии, возникших от негативных последствий глобальной пандемии за последние годы, можно не сомневаться, что рынок туристских услуг за короткий срок будет восстанавливать свою

популярность и массовость. Учитывая важную роль в удовлетворении потребностей людей, высокую долю в общем рынке услуг, того факта, что каждый пятый житель планеты является потребителем туристских услуг, создается необходимость уделять особое внимание на систематическое изучение рынка туристских услуг.

Следует отметить, что развитие туризма в современное время меняет свое направление и тенденции под влиянием многих факторов. Эти факторы также требуют систематического анализа характеристик и закономерностей

развития рынка туристских услуг [2].

В современном глобализованном мире роль и значение рынка туристских услуг в общей экономической системе высоко ценятся, и это направление деятельности особенно ценно для стран с высоким туристским потенциалом. В Азербайджане, где по мнению международных экспертов туристский потенциал оценивается в 40-45%, можно представить значение и роли рынка туристских услуг в развитии национальной экономики. Расположение Азербайджана на пересечении торговых путей Восток-Запад, Север-Юг и транспортно-логистических систем, дополнительно повышает потенциал страны стать одним из узловых центров транзитного туризма, что придает дополнительный импульс всестороннему развитию национального рынка туристских услуг и быстрому интеграцию в международный рынок туристских услуг [4].

Следует отметить, что, несмотря на реализацию системных мер по формированию и устойчивому развитию национального рынка туристских услуг в нашей стране, пока нельзя говорить о полном использовании имеющегося потенциала. Доля туризма в ВВП в нашей стране в последние годы составляет всего 2-3%. В основном туристские услуги импортируются, уровень конкурентоспособности товаров и услуг, предлагаемых на рынок туристских услуг невысокий. Эти и другие факторы обуславливают уделять больше внимания на решению этих проблем.

По данным Всемирного экономического форума, Азербайджан занимает 71-е место среди 136 стран (индекс 3,7) в рейтинге развития и конкурентоспособности туристской отрасли [11].

В 2019 году, когда на рынке международных туристских услуг был отмечен самый высокий уровень, Азербайджан занял 77-е место среди 100 самых посещаемых стран. Австрия и Грузия, имеющие примерно такие же природно-климатические условия и туристский потенциал, как Азербайджан, заняли 12-е и 55-е место соответственно. Количество туристов, посетивших Австрию и Грузию, соответственно в 11,8 и 1,83 раза превысило количество туристов, посетивших нашу страну [12]. Азербайджан занимает 84-е место в списке из 141 страны по уровню развития туристической инфраструктуры и благоприятности для путешествий [13]. По итогам 2019 года Азербайджан занял 18-е место среди 20 самых

быстрорастущих туристских направлений с ростом +11,4%. Однако и этот результат не адекватен существующему потенциалу.

Анализ статистических данных показывает, что несмотря на развитие и росту основных экономических показателей туристских предприятий, функционирующих в нашей стране,

пандемия covid-19, как и во всем мире, оказала негативное влияние на туристский сектор нашей страны. Некоторые экономические показатели предприятий туризма снизились в 10-14 раз. Основные экономические индикаторы предприятий приведены в таблице 1.

Таблица 1.

Основные показатели туристских предприятий.

Индикаторы	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Количество турагентств и туроператоров, ед.	243	272	339	374	432	300
Количество проданных туристских путевок, шт.	44 615	36 978	44 066	49 992	63885	5342
<i>в том числе:</i>						
<i>Путешествующим гражданам Азербайджана внутри страны</i>	4 695	5 842	5 850	7 390	7 501	46
<i>Гражданам Азербайджана для выезда за границу</i>	38 002	24 368	31 612	36 463	44 915	4 525
<i>Иностранцам для поездки по территории Азербайджана</i>	1 918	6 768	6 604	6 139	11 469	771
Стоимость реализованных туристских путевок, тыс. манатов	33 474,7	33 466,5	54612,2	66 570,7	78 132,2	4 988,4
<i>в том числе:</i>						
<i>Путешествующим гражданам Азербайджана внутри страны</i>	4 039,7	3 932,2	5 608,40	6 979,3	7 071,8	15,8
<i>Гражданам Азербайджана для выезда за границу</i>	28 622,7	23 893,5	37 718,8	47 108,8	50 771,4	4 162,4
<i>Иностранцам для поездки по территории Азербайджана</i>	812,3	5 640,9	11285,0	12 482,6	20 289,0	810,2

Источник: Составлено авторами на основе данных <https://www.stat.gov.az/source/tourism/>.

Как видно из таблицы, в 2015-2019 годах наблюдается рост большинства экономических показателей туристских предприятий. Хотя количество туристских предприятий, предлагающих продукты и услуги на рынке туристских услуг, увеличилось за этот период с 243 до 432 ед., но в 2020 году 132 из этих предприятий прекратили свою деятельность. По предварительным данным в 2021 году ещё 96 предприятия приостановила свою деятельность. Соотношение внутреннего и иностранного туризма, являющееся одним из основных показателей при оценке рынка туристских услуг в стране, показывает, что граждане страны в основном предпочитают путешествовать за границу. За этот период количество туристских путевок, проданных туристскими предприятиями для выезда за границу составило 179885, а для поездок внутри страны этот показатель составил 64993 штук. Таким образом, количество реализованных туристских путевок для зарубежных поездок в 2,76 раза превысило количество путевок, реализованных для поездок внутри страны, что свидетельствует о том, что туристские услуги, предлагаемые в нашей стране, по качеству и полноте не в полной мере соответствуют требованиям современных потребительских моделей, доминирующих на рынке туристских услуг. Стоимость турпутевок,

проданных для заграничных путешествий составила 192277,6 тысячи манатов (112971 долларов США), а стоимость турпутевок, проданных для путешествий внутри страны, составила 78967,2 тысячи манатов (46396 долларов США). Это означает, что расходы граждан на турпоездки за границу в 2,43 раза превышала расходов на поездки внутри страны, и в результате этого идет отток денежных средств из страны.

Эти и другие факты свидетельствуют о том, что, несмотря на различные меры, предпринимаемые для развития отечественной индустрии туризма, рынка туристских услуг, имеющийся потенциал еще не используется эффективно и в полной мере, а меры по устранению проблем в этой сфере затягиваются. На наш взгляд, причинами этого являются:

-неадекватное и неполное формирование туристической

инфраструктуры. Хотя в последние годы в этом направлении ведется интенсивная работа, необходимо принять комплексные и устойчивые меры по созданию и перестройки инфраструктуры и приведению ее в соответствие с мировыми стандартами;

-ограниченность предпринимаемых мер по стимулированию предпринимательства в сфере туризма. Необходимо усилить государственную поддержку в этом направлении и принять

дополнительные меры по улучшению финансового обеспечения предприятий туризма, обеспечить и способствовать доступности к финансовым ресурсам;

-недостаточность мероприятий по улучшению качества продуктов и услуг, предлагаемых на рынок туризма, по повышению уровня профессионализма обслуживающего персонала, пробелы в соблюдении соответствующего этикета и правил поведения персоналом при оказании туристских услуг. Восполнить эти пробелы поможет организация тренингов по повышению профессионализма обслуживающего персонала, привлечение их в курсы повышения квалификации и переподготовки;

-недостаточный уровень взаимодействия и интеграции между предприятиями, производящими различные компоненты продуктов и услуг. Создание взаимных интересов между предприятиями, применение кластерного подхода и др. мероприятия окажут положительное влияние на решение этого вопроса;

-низкий уровень использования инновационных технологий на рынке туристских услуг. Широкое применение инновационных технологий играет важную роль в достижении преимуществ при формировании туристских услуг, в производственных, маркетинговых и потребительских процессах, в обеспечении качества, повышении конкурентоспособности, долговечности продукции и услуг и др.

Усиление инновационной деятельности в туристских предприятиях позволит рынку услуг предлагать более качественные и востребованные продукты и услуги [5].

Выводы.

Анализируя уровень развития рынка туристских услуг в Азербайджане, можно сделать вывод, что в этой сфере существуют важные проблемы, нуждающиеся решения. Повышение культуры обслуживания, производства и предоставления услуг, соответствующих современным туристским потребностям и потребительским моделям, широкое применение инновационных технологий в производстве и реализации услуг, повышение качества услуг, ориентация на профессиональное развитие обслуживающего персонала, изучение, обобщение и применение опыта развитых туристских стран в сфере формирования, совершенствование и развитие рынка туристских услуг, расширение сотрудничества и освоение принципов интеграции, ускорение процесса интеграции в региональные и международные рынки туристских услуг и др. задачи должны быть приоритетными в деятельности туристских предприятий и государственных структур управления туризмом. При этом для эффективного применения новых подходов для развития рынка туристских услуг, следует уделить внимание на расширению

сотрудничества и объединению усилий частных и государственных туристских структур. Полагаем, что решение этих задач даст солидный импульс решению существующих проблем в отечественном рынке туристских услуг и развитию его в ближайшем перспективе.

Список литературы:

1.Балабанов И. Т., Балабанов А. Т. Экономика туризма: учеб. пособие. М.: Финансы и статистика, 2000. с. 18. [Balabanov I. T., Balabanov A. T. Ekonomika turizma: ucheb. posobiye. M.: Finansy i statistika, 2000. с. 18. (In Russ).].

2.Зобова Е.В., Яковлева Л.А., Косенкова Ю.Ю. Развитие рынка туристских услуг на современном этапе. Социально-Экономические Явления и Процессы. Т. 11, № 3, 2016. с. 59-65. [Zobova Ye.V., Yakovleva L.A., Kosenkova YU.YU. Razvitiye rynka turistskikh uslug na sovremennom etape. Sotsial'no-Ekonomicheskiye Yavleniya i Protsessy. T. 11, № 3, 2016. с. 59-65. (In Russ).].

3.Темный Ю. В. Введение в экономику туризма. М.: Советский спорт, 2001. с. 6. [Temnyy YU. V. Vvedeniye v ekonomiku turizma. M.: Sovetskiy sport, 2001. с. 6. (In Russ).].

4.Hasanov A.N. The development oppportunities of the cross-border tourism in the Ganja-Gazakh economic region-th. International Paris Conference On Social Sciences. February 7-8, 2021 Paris-France. p. 851-858.

5.Hasanov A.N. Problems of using innovative technologies in the work of tourism guidance. 5th International New York Conference On Evolving Trends In Interdisciplinary Research & Practices. October 3-5, 2021 Manhattan, New York City. | p. 275-282.

6.World Tourism Organization (2021), The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19, preliminary version, UNWTO, Madrid, 26 p. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284423200>.

7.Tourism – an economic and social phenomenon // World Tourism Organization. URL: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>.

8.World tourism barometer. Tourlib.ne. URL: https://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2021_01.pdf.

9.UNWTO World Tourism Organization <noreply@unwto.org>**Madrid, Spain, 28 November 2021.**

10.World Tourism Organization, News Release. Sapin, MADRID, 18 JAN 2022.

11.<https://nonews.co/directory/lists/countries/travel-tourism-competitiveness>. (дата обращения 26.01.2022.).

12.<https://zbdirect.com/ru/blog/top-samykh-poseshchaemykh-stran-mira>. (дата обращения 22.01.2022.).

13.http://www.alexeytour.ru/strany_mira_tour-rating.html.(дата обращения 23.01.2022.).