

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

KORONAVİRUS (COVID-19) PANDEMİYASININ TURİZM SEKTORUNA
TƏSİRİ: İSPANİYA VƏ İTALİYA NÜMUNƏSİNDƏ
mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

NƏCƏFOV KƏNAN SƏMƏD

BAKİ - 2022

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-in direktoru
i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fariz Saleh
oğlu
_____ **imza**
“ _____ ” _____ **20** -ci il

“KORONAVİRUS (COVID-19) PANDEMİYASININ TURİZM
SEKTORUNA TƏSİRİ: İSPANİYA VƏ İTALİYA NÜMUNƏSİNDƏ”

mövzusunda
MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060401 - Dünya iqtisadiyyatı
İxtisaslaşma: Beynəlxalq iqtisadi münasibətlər
Qrup: 806

Magistrant:
Nəcəfov Kənan Səməd oğlu



imza

Elmi rəhbər:
i.ü.f.d, b/m. Alıyev Xətai Şahin



oğlu

Proqram rəhbəri:
i.ü.f.d., dos. Nəcəfova Kəmalə Akif qızı

_____ **imza**

Kafedra müdiri:
i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi oğlu

_____ **imza**

BAKİ - 2022

Elm andı

Mən, Nəcəfov Kənan Səməd oğlu and içirəm ki, “Koronavirus (Covid-19) pandemiyasının turizm sektoruna təsiri: İspaniya və İtaliya nümunəsində” mövzusunda magistr dissertasiyasını elmi əxlaq normalarına və istinad qaydalarına tam riayət etməklə və istifadə etdiyim bütün mənbələri ədəbiyyat siyahısında əks etdirməklə yazmışam.

“KORONAVİRUS (COVID-19) PANDEMİYASININ TURİZM SEKTORUNA TƏSİRİ: İSPANIYA VƏ İTALIYA NÜMUNƏSİNDƏ”

XÜLASƏ

Tədqiqatın aktualığı: COVID-19 pandemiyası bütün sektorlar kimi turizm sektoruna da ciddi təsir göstərmişdir. Tədqiqat pandemiyanın yaratdığı iqtisadi böhranın İtaliya və İspaniya turizm sektoruna təsirini araşdırmaq məqsədi daşıyır. Koronavirus pandemiyası günümüzdə olduqca aktual problem olduğu üçün seçdiyimiz mövzu - “Koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizmə təsiri: İtaliya və İspaniya nümunəsində” mühüm aktualıq kəsb edir.

Tədqiqatın məqsədi: Tədqiqatın məqsədi koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizmə təsirini İtaliya və İspaniya nümunəsində araşdırmaqdan ibarətdir.

İstifadə olunmuş tədqiqat metodları: Dissertasiya mövzusunda analiz, sintez və müqayisə metodları istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın informasiya bazası mövzuya dair internet resursları, ingilis, ispan, italyan və ana dilimizdə rəsmi saytlar, elmi konfrans materialları, habelə statistik materiallar və s. -dir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Mövzunun araşdırılmasında məhdudiyyət Azərbaycan dilində İspaniya və İtaliya iqtisadiyyatı haqqında ədəbiyyat azlığıdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi və praktiki nəticələri: Tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılardır:

- a) Pandemiya dövründəki mövcud problemlər qiymətləndirilmişdir;
- b) Pandemiya zamanı turizm sektoru hərtərəfli şəkildə araşdırılmışdır;
- c) Koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizmə təsiri İtaliya və İspaniya nümunəsində müəyyənləşdirilmişdir.

Nəticələrin istifadə olunma biləcəyi sahələr: Əldə olunan müxtəlif nəticələr İspaniya və İtaliyada pandemiya zamanı turizmin inkişafına dair müasir potensialın yaradılması üçün istifadə olunma bilər.

Açar sözlər: turizm sektoru, pandemiya, COVID-19, İtaliya iqtisadiyyatı, İspaniya iqtisadiyyatı.

“THE IMPACT OF THE CORONAVIRUS (COVID-19) PANDEMIC ON TOURISM SECTOR: THE EXAMPLE OF SPAIN AND ITALY”

SUMMARY

The actuality of the subject: The COVID-19 pandemic has had a significant impact on the tourism sector as well as all other sectors. The study aims to examine the impact of the economic crisis caused by the pandemic on the tourism sector in Italy and Spain. As the coronavirus pandemic is a very topical issue today, the topic we have chosen - “The impact of the coronavirus (COVID-19) pandemic on tourism: on the example of Italy and Spain” - is important.

Purpose and tasks of the research: The aim of the study was to study the impact of the coronavirus (COVID-19) pandemic on tourism in Italy and Spain.

Used research methods: Analysis, synthesis and comparison methods were used in the dissertation.

The information base of the research: The research database includes Internet resources on the topic, official sites in English, Spanish, Italian and our native language, scientific conference materials, as well as statistical materials, etc. is.

Restrictions of research: The limitation of the research on the topic is the lack of literature on the Spanish and Italian economies in Azerbaijan.

The novelty and practical results of investigation: The scientific novelty of the research is as follows:

- a) Existing problems during the pandemic were assessed;
- b) The tourism sector was thoroughly investigated during the pandemic;
- c) The impact of the coronavirus (COVID-19) pandemic on tourism has been identified in Italy and Spain.

Scientific-practical significance of results: The practical significance of the research is the application of the obtained results on the tourism sector affected by the pandemic.

Areas where the results can be used: The results obtained can be used to create modern potential for the development of tourism during the pandemic in Italy and Spain.

Keywords: tourism sector, pandemic, COVID - 19, Italian economy, Spanish economy.

İXTİSARLAR

UNWTO	Ümumdünya Turizm Təşkilatı
INE	İspaniya Milli Statistika İnstitutu
ÜST	Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	10
I FƏSİL. KORONAVİRUS (COVID-19) PANDEMİYASI VƏ TURİZM SEKTORU ÜÇÜN YARATDIĞI ÇƏTİNLİKLƏR	13
1.1. COVID-19 virusunun ortaya çıxması və dünya üzrə yayılması.....	13
1.2. İtaliya və İspaniyada koronavirusun yayılması və anti-pandemiya siyasəti....	17
1.3. Pandemiyanın turizm sektoru üçün yaratdığı çətinliklər	24
II FƏSİL. İTALİYADA PANDEMİYADAN ƏVVƏL VƏ SONRA TURİZM SEKTORU	33
2.1. Xarici turistlərin sayında dəyişmə.....	33
2.2. Daxili turizmin dinamikası	37
2.3. Turizm sektoruna qoyulan investisiyalar	42
III FƏSİL. İSPANİYADA PANDEMİYADAN ƏVVƏL VƏ SONRA TURİZM SEKTORU	47
3.1. Xarici turistlərin sayında dəyişmə.....	47
3.2 Daxili turizmin dinamikası	52
3.3. Turizm sektoruna qoyulan investisiyalar	62
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	68
İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	72
Cədvəllərin siyahısı	75
Şəkillərin siyahısı	75
Qrafiklərin siyahısı.....	75
Sxemlərin siyahısı	76

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı: COVID-19 pandemiyası dövrünə qədər sektordakı bütün risklərə baxmayaraq, turizm fəaliyyəti ümumilikdə qlobal miqyasda sabit bir mərhələdə dövr etmişdir.

Koronavirus pandemiyası dövrünə qədər çox vaxt turizm mobilliyi üçün ən böyük təhlükə terrorizm olmuşdur. Lakin terror hadisələri belə, heç vaxt turizmi pandemiya həddində böhran yarada biləcək səviyyəyə çatmamış və turizm fəaliyyətinin qarşısını ala bilməmişdir.

Bundan əlavə, terrorizmdən yaranan maneələr həmişə regional səviyyədə qalmış və heç vaxt pandemiya kimi qlobal təhlükə qavrayışına səbəb olmamışdır. Qloballaşmanın təsiri altında adi şəraitdə sürətlə inkişaf edən turizm sektoru XX əsrin son yarısından etibarən qlobal iqtisadiyyatın əsas sahələrindən birinə çevrilmişdir.

Belə ki, turizm sektorunda inkişaf edən sahələr, liberallaşdırılmış qlobal səyahətlər, inkişaf edən iqtisadiyyatlar və şaxələnmiş ödəniş üsulları qloballaşma ilə birlikdə turizmin inkişafında aparıcı rol oynamağa davam edir.

COVID-19 pandemiyası bütün sektorlar kimi turizm sektoruna da ciddi təsir göstərmişdir. Tədqiqat pandemiyanın yaratdığı iqtisadi böhranın İtaliya və İspaniya turizm sektoruna təsirini araşdırmaq məqsədi daşıyır.

Koronavirus pandemiyası günümüzdə olduqca aktual problem olduğu üçün seçdiyimiz mövzu - “Koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizmə təsiri: İtaliya və İspaniya nümunəsində” mühüm aktualıq kəsb edir.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi: Davamlı inkişafın mühüm komponenti kimi koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizmə təsirinin İtaliya və İspaniya nümunəsində araşdırılması əsaslı tədqiqat mövzusu olmuşdur. Azərbaycanda isə ümumiyyətlə, İtaliya və İspaniya iqtisadiyyatına – xüsusilə turizminə dair yazılmış ədəbiyyatlar elə də çox deyil.

Mövzu ilə bağlı müxtəlif ölkələrdə bu mövzuya dair kitab, jurnal və tezislər çap edilmişdir. Bu mövzuda araşdırma aparmış və elmi əsərləri olan tədqiqatçılara; Bilalov B.Ə, Güləliyev Ç.G., Mahmudov R.A., Cabbarov Ə.A., Erdinç K.S., Senem

F.B., Ünlübulduk S.N., Zeynep C.S., Davide V.C., Antonio G.S. və başqalarını nümunə göstərə bilərik.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri: Tədqiqatın əsas məqsədi aşağıdakılardır:

a) Koronavirus (COVID-19) pandemiyası və onun turizm sektoru üçün yaratdığı çətinlikləri araşdırmaq;

b) İtaliyada pandemiya əvvəl və sonrakı zaman dilimində turizm sektorunu araşdırmaq;

c) İspaniyada pandemiya əvvəl və sonrakı zaman çərçivəsində turizm sektorunu tədqiq etmək.

Tədqiqatın əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

a) COVID-19 virusunun ortaya çıxması və dünya üzrə yayılması prosesini araşdırmaq;

b) İtaliya və İspaniyada koronavirusun yayılması və anti-pandemiya siyasətini araşdırmaq;

c) Pandemiyanın turizm sektoru üçün yaratdığı çətinlikləri tədqiq etmək;

d) İtaliya və İspaniyada xarici turistlərin sayında dəyişimi araşdırmaq;

e) İtaliya və İspaniyada daxili turizmin dinamikasını araşdırmaq;

f) İtaliya və İspaniyada turizm sektoruna qoyulan investisiyaları araşdırmaq.

Tədqiqatın obyekt və predmeti: Tədqiqatın əsas obyekt turizm sektoruna pandemiyanın təsiri, predmeti isə koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizm sektoruna təsirini İtaliya və İspaniya nümunəsində hərtərəfli şəkildə araşdırmaqdan ibarətdir.

Tədqiqat metodları: Tədqiqatın aparılması zamanı təhlil, analiz, sintez və müqayisə metodlarından istifadə edilmişdir;

Təhlil metodu

Tədqiqat işi bir neçə metodlarla araşdırılmışdır, bunlardan birincisi təhlil metodudur. Bu metod tədqiqat işlərində ən çox istifadə olunan metodlardanıdır. Tədqiqat işində təhlil metodu, koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizm təsirini İtaliya və İspaniya nümunəsində daha konkret şəkildə öyrənmək üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Sintez

Tədqiqat işində istifadə olunmuş ikinci metod isə sintez metodudur. Əsas etibarlı ilə əvvəlki metoddan fərqli olaraq sintez, daha detallı bir araşdırma üçün fərdi elementləri (xassələri, atributları) vahid bütöv hala gətirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Analiz

Tədqiqat işində istifadə olunmuş üçüncü metod analiz metodudur. Bu metod vasitəsilə koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizmə təsiri İtaliya və İspaniya nümunəsində araşdırılmışdır.

Müqayisə metodu

Tədqiqat işində istifadə olunmuş dördüncü metod müqayisəli metoddur. Bu metod vasitəsilə sonda koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizmə təsiri İtaliya və İspaniya nümunəsində müqayisəli şəkildə tədqiq edilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası: Tədqiqatın informasiya bazası mövzuya dair internet resursları, ingilis, ispan, italyan və ana dilimizdə rəsmi saytlar, elmi konfrans materialları, habelə statistik materiallar və s. -dir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri: Mövzunun araşdırılmasında məhdudiyyət ana dilimizdə İspaniya və İtaliya iqtisadiyyatı haqqında ədəbiyyat azlığıdır.

Tədqiqatın elmi yeniliyi: Tədqiqatın elmi yeniliyi aşağıdakılardır:

- a) Pandemiya dövründəki mövcud problemlər qiymətləndirilmişdir;
- b) Pandemiya zamanı turizm sektoru hərtərəfli şəkildə araşdırılmışdır;
- c) Koronavirus (COVID-19) pandemiyasının turizmə təsirləri və müşahidə edilən yeniliklər müəyyənləşdirilmişdir.

Nəticələrin praktiki əhəmiyyəti və tətbiq sahələri: Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti əldə edilən nəticələrin və bu nəticələrdən irəli gələn tədbirlərin pandemiyanın təsir etdiyi turizm sektoru üzərində tətbiqidir.

Əldə olunan nəticələr pandemiya zamanı turizmin inkişafına dair müasir potensialın yaradılması üçün istifadə oluna bilər.

I FƏSİL. KORONAVİRUS (COVID-19) PANDEMİYASI VƏ TURİZM SEKTORU ÜÇÜN YARATDIĞI ÇƏTİNLİKLƏR

1.1. COVID-19 virusunun ortaya çıxması və dünya üzrə yayılması

Bəşəriyyət icmalar halında yaşamağa başladığı vaxtdan tarix boyu müxtəlif epidemiyalar, pandemiyalar və təbii fəlakətlərlə mübarizə aparmışdır (Alaeddinoğlu F.S. 2020: s.34).

Keçmişdə istər qlobal, istərsə də regional səviyyədə epidemiyalar, pandemiyalar, təbii fəlakətlər kimi bir çox problemlərin öhdəsindən gəlmək çox çətin olmuş, hətta bu epidemiya və fəlakətlərdə bir çox insan həyatını itirmişdir. Lakin epidemiya dövrlərində ölkələr epidemiya ilə mübarizə çərçivəsində bir sıra strategiya, taktika və üsullar hazırlamağa çalışmışdır. Bu məqamda aparılan mübarizələr, həyata keçirilən tədbirlər bəzən epidemik xəstəliklərin qarşısını almağa imkan vermiş, bəzən isə kifayət qədər effektini verməmişdir (Alaeddinoğlu F.S. 2020: s.113).

Digər tərəfdən, cəmiyyətin hər bir təbəqəsinə psixi və fiziki sağlamlıq, o cümlədən sosial, mədəni və iqtisadi aspektlər baxımından dərinlən təsir edən epidemiyalar, pandemiyalar və təbii fəlakətlərlə mübarizə bu gün irsi olaraq bəşəriyyət üçün mümkün fəlakət vəziyyətlərində yenidən istifadə olunur. Burada diqqət çəkmək istədiyimiz məqam odur ki, ənənəvi cəmiyyətlərlə müasir cəmiyyətlərdə aparılan mübarizələr fərqli xüsusiyyətlərə malikdir (Atıcı F.Z. 2020: s.48).

Xüsusilə tibb və texnologiyanın kifayət qədər inkişaf etmədiyi ənənəvi cəmiyyətlərdə qeyri-müəyyən məhdudiyyətlər daxilində aparılan mübarizələr pandemiya və epidemiyaların daha uzun sürməsinə səbəb olmuşdur. Bu gün yaşadığımız müasir cəmiyyət isə ənənəvi cəmiyyətlərdən fərqli olaraq bəzi risklərə qarşı daha dözümlü və tədbirlidir. Müasir cəmiyyəti risk cəmiyyəti yanaşmalarını çərçivəsində qiymətləndirərkən mövcud risklər də müzakirə edilməlidir (Atıcı F.Z. 2020: s.54).

Koronavirus soyuqdəymədən tutmuş tənəffüs yolları infeksiyasına qədər

kəskin şəkildə ciddi xəstəliklərə səbəb olduğu bilinən güclü bir virusdur. İnfeksiyanın şiddəti pnevmoniya, kəskin respirator sindrom və hətta ölüm kimi görünə bilər.

SARS epidemiyasına qədər bu viruslar qrupu demək olar ki, diqqətdən kənar qalmışdır. Bununla belə, SARS və MERS epidemiyalarından bəri bu tip viruslar daha ətraflı şəkildə öyrənilmiş və peyvənd tədqiqatlarına təkan verilmişdir (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1338333>).

2019-cu ilin dekabr ayının sonlarında Çinin Hubey əyalətinin Uhan şəhərində ciddi pnevmoniya halları aşkar edilmişdir. 7 yanvar 2020-ci ildə törədicinin yeni koronavirus (2019-nCoV) olduğu müəyyən edilmiş və xəstəlik daha sonra Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatı (ÜST) tərəfindən COVID-19 adlandırılmışdır (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1338333>).

Virus Çinin Uhan bölgəsində geniş şəkildə yayılmağa başlamış və nəticədə 210-dan çox ölkə və ərazidə görülmüşdür. Mütəxəssislər virusun heyvanlardan insanlara keçdiyindən şübhələnsələr də, virusun mənşəyi ilə bağlı qarışıq məlumatlar hələ də aktualdır. İlk başlarda pandemiya əleyhinə dərmanların və Remdesivir və Galidesivir kimi digər antiviral vasitələrin istifadəsi ilə məhdudlaşan virus üçün heç bir tam kəskin müalicə variantı mövcud olmamışdır.

Virusun qarşısını almaq üçün yoluxmuş şəxsləri karantinə almaq və gigiyena qaydalarına riayət etmək tövsiyə olunmuşdur. Ümumiyyətlə, bu virus qlobal miqyasda əhəmiyyətli sosial-iqtisadi təsir göstərmişdir (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1338333>).

COVID-19-un yayılması zamanı, virusun Çində və virusun əsas qruplarının “Diamond Princess” kruiz gəmisində olduğu ortaya çıxmışdır. Bununla belə, 2020-ci ilin aprel ayına olan məlumata görə, 210-dan çox ölkə və ərazi virusdan təsirlənmiş, Avropa, ABŞ və İran virusun yeni klasterini təşkil etmişdir (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1338333>).

ABŞ ən çox təsdiqlənmiş COVID-19 hallarına sahibdir, Hindistan və Çin isə dünyanın ən sıx əhalisi olan ölkələr arasında olmasına baxmayaraq, tam qapanma tətbiq etməklə yoluxma nisbətini məhdudlaşdırabilmişlər.

Hesabatlar virusun müxtəlif ştammlarının mövcudluğunun virusun yoluxma dərəcəsinin idarə olunmasına təsir göstərə biləcəyini sübut etmişdir.

Ümumiyyətlə, bu xəstəlik damcı yolu ilə yayılır. 2020-ci ilin aprel ayına olan məlumata görə, yoluxmuş şəxslərin ümumi sayı dünyada təxminən 3 milyon təşkil etmiş, dünya miqyasında 200,000 ölüm və 1 milyondan çox sağalma qeydə alınmışdır. Beləliklə, virusa yoluxmanın ölümlə nəticələnmə nisbəti təxminən 2% - dir (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1338333>).

Almaniya və Sinqapur yaxın qonşuları ilə müqayisədə ölüm hallarının az olduğu ölkələrin nümunələridir. Sinqapur əvvəlki SARS epidemiyasından sonra gələcəkdə oxşar vəziyyətdən minimum zərərle çıxmaq üçün ətraflı fəaliyyət planı hazırlamış bir neçə ölkədən biridir və bu, sonuncu pandemiya zamanı onların xeyrinə işləmişdir.

Hər iki ölkə epidemiya başlayandan sonra sürətli tədbirlər görmüş, Sinqapur Çinli səyahətçilərə qadağa qoymuş və ÜST-ün heç birini tövsiyə etmədiyi bir vaxtda müayinə və karantin tədbirləri həyata keçirmişdir. Onlar yaşlılara və həssas insanlara ciddi şəkildə evdə qalması əmr etmiş və səhiyyə qurumlarını xilasedici avadanlıqlarla və geniş miqyaslı sınaq qurğuları ilə dərhal təmin etmişdirlər (Karim W.A., Haque A.O. and Ulfy M.A. 2020: p.29).

Almaniya sınaq qabiliyyətini olduqca erkən artırmaqla və bütün şəxslərin sınaqdan keçmək üçün bərabər imkanlara malik olmasını təmin etməklə oxşar tədbirlər görmüşdür. Bu, gənc, yaşlı və risk altında olan insanların hamısının sınaqdan keçirildiyi, beləliklə xəstəliyin irəliləməsi zamanı müsbət nəticələrin təmin edilməsi və əksər halların Sinqapurdakı kimi yüngül keçdiyi, beləliklə də ölüm faizini daha aşağı salınması demək idi. Bu, yoluxmuş şəxslərin simptomları görünməzdən əvvəl müəyyən edilməsinə və karantinə alınmasına imkan vermişdir. Qeyd etməliyik ki, Cənubi Koreyada da pulsuz diaqnostik müayinə təmin edən universal səhiyyə sistemi var (Karim W.A., Haque A.O. and Ulfy M.A. 2020: p.129).

COVID-19 adlanan global virus epidemiyasının dünya tarixində mühüm qırılma anlarından biri olduğu, bu fəlakətin cəmiyyətlərin və dövlətlərin reflekslərini dəyişəcəyi, bu fəlakətin isə beynəlxalq sistemi daimi olaraq fərqli bir sistemə

çevirməyə çalışacağı proqnozlaşdırılır. Bu pandemiya bəşəriyyətin sosial və iqtisadi nizamı, qurumlara inam hissini sarsıdan, formalaşmış dəyərləri aşındıran, qeyri-müəyyənlik, qorxu və təşviş doğuran, xüsusilə də kifayət qədər diqqət yetirməyən hər kəsi əhatələyən bir böhrandır.

Qısa müddətdə səhiyyə infrastrukturunun inkişafı, həyata keçirilən tədbirlər bir sıra xalqları daha pis nəticələrdən qorumuşdur. Ölkəmiz də bir çox ölkələrdən fərqli olaraq zamanın təzyiqinə və sağlamlıq risklərinə baxmayaraq, bilik və peşəkar avadanlıqlarla təmin edilmiş fədakar və həll yönümlü səhiyyə kollektivinə malikdir.

COVID-19 pandemiyası narahatlıq və stress kimi psixoloji nəticələrlə daha çox uşaqlar, qocalar, qadınlar, tibb işçiləri, xroniki psixoloji pozğunluğu olanlar, psixiatrik müalicə alanlar kimi yüksək risk qrupları üçün prioritetdir (Karim W.A., Haque A.O. and Ulfy M.A. 2020: p.113).

Belə ki, stresin idarə edilməsi, məlumatlılıq əsaslı araşdırmalar, mübarizə aparmaq və sosial dəstək qaynaqlarını gücləndirmək üzərində işləmək vacibdir. Bu kontekstdə inkişaf etdiriləcək müdaxilə və müalicə üsullarının rəqəmsal transformasiya və texnoloji yeniliklərdən faydalanması da vacibdir.

Nəticə olaraq qeyd etməliyik ki, keçmişdən bu günə qədər mövcud olmuş epidemiyalar qiymətləndirildikdə, bəşəriyyət tarix boyu bir çox ölümcül epidemiyalarla mübarizə aparmalı olmuşdur. Bundan əlavə, həm keçmişdən gələn təcrübələr, həm də bu gün aparılan araşdırmalar bəşəriyyətin qarşıdakı illərdə epidemiyalarla mübarizə aparmalı olacağını göstərir

(<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1338333>).

Qarşılıqlı əlaqə və ünsiyyətin getdikcə daha intensiv və güclü olduğu dünyamızda bu epidemiyaların mənfi nəticələrinin eyni dərəcədə təsirli və güclü olduğunu görürük. Ona görə də müasir cəmiyyətlərdə epidemiya ilə mübarizə üsulları ənənəvi cəmiyyətlərdəkindən fərqlənir.

Xüsusilə, epidemiyanın vuracağı zərərləri minimuma endirmək üçün bu epidemiya ilə yeni idarəetmə yanaşmaları və texnologiyaları çərçivəsində mübarizə aparmaq olduqca vacibdir.

Əslində səhiyyə, iqtisadiyyat, sosial həyat, siyasət və beynəlxalq münasibətlər

başda olmaqla bütün dünyanı bir çox cəhətdən təsiri altına alan COVID-19 pandemiyası çoxölçülü mübarizə strategiyaları tələb edən bir epidemiya növü olaraq ortaya çıxmışdır.

Təsirlərini hələ də davam etdirən COVID-19-a qarşı vahid mübarizə metodunun inkişaf etdirilməsi üçün epidemiya, ətraf mühit siyasəti və urbanizasiya siyasətləri baxımından risk, böhran, məlumat və miqrasiya idarəçiliyi araşdırmalarının daha sistemli şəkildə aparılması tələb olunur (<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1338333>).

1.2. İtaliya və İspaniyada koronavirusun yayılması və anti-pandemiya siyasəti

31 yanvar 2020-ci ildə Romada iki çinli turistin testi müsbət çıxdıqdan sonra İtaliyada koronavirusa ilk yoluxma halları qeydə alınmışdır. Bir həftə sonra epidemiyanın mərkəzi olan Uhan şəhərindən İtaliyaya qayıdan İtaliya vətəndaşının xəstəliyi və testinin müsbət nəticəsi ilə İtaliyada təsdiqlənmiş xəstəlik hallarının sayı 3-ə yüksəlmişdir. Əsas etibarlı ilə fevralın 21-də İtaliyanın şimalındakı Lombardiya bölgəsində 16 yeni yoluxma halı aşkarlanmışdır (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

Fevralın 22-də 60 yeni yoluxma halı qeydə alınmış və iki həftə xəstəxanada müalicə alan 78 yaşlı kişinin ölümü nəticəsində İtaliyada epidemiyadan ilk ölüm hadisəsi baş vermişdir.

Martın 12-nə olan məlumata görə, İtaliyada ölənlərin sayı 196 nəfər artaraq 827-yə çatmışdır. İtaliyada halların ümumi sayı 12 minə keçmişdir. Martın 12-də bu ölüm nisbəti “bir gündə açıqlanan ən yüksək ölüm” kimi tarixə düşmüşdür (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

Martın 13-də ölənlərin sayı 250 nəfər artaraq 1266 nəfərə, yoluxmaların ümumi sayı isə 17660 nəfərə yüksəlmişdir. Martın 22-də 24 saat ərzində 601 ölüm baş vermiş və bununla da ümumi say 6071-ə çatmışdır.

Yaşanan ölüm nisbətlərinə görə İtaliya epidemiyanın mərkəzi olan Çini keçərək dünyada və Avropada rekord ölüm sayına sahib ölkə olmuşdur.

İtaliyada pandemiya qarşı alınmış tədbirlər aşağıdakılardır

(<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>):

- a) Venesiya Karnavalı kimi bütün açıq tədbirlər ləğv edilmişdir;
- b) Martın 8-də Lombardiya regionunda və onun ətrafında 14 şəhər karantinə alınmışdır;
- c) Martın 9-da İtaliya qırmızı zona elan edilmişdir və karantin məhdudiyyətləri bütün ölkəyə yayılmışdır;
- d) Məktəblər (ən azı) aprelin 3-dək bağlanmışdır;
- e) Futbol liqaları, bütün idman tədbirləri və yarışlar, o cümlədən İtaliya A Seriyası dayandırılmışdır;
- f) Dəfn mərasimləri və dini mərasimlər dayandırılmışdır;
- g) Kino, teatr, gecə klubu, muzey, idman zalı, hovuz və xizək obyektləri bağlanmışdır;
- h) Həbsxanalarda açıq görüşlər ləğv edilmişdir. Bu ləğvdən sonra çoxlu üsyanlar başlamış və bu üsyandan sonra 6 nəfər ölmüşdür;
- i) Yay iqamətgahlarına səyahət qadağan edilmişdir;
- j) Dəmir yolu və göl kənarındakı yemək və içki köşkləri bağlanmışdır.

İtaliyada COVID-19 hadisələrinin sayında sürətli artım səbəbi ilə hökumət, bar və restoranlar, kinoteatrların və idman salonlarının fəaliyyətini dayandırmaq, liseylərdə distant təhsilə keçmək kimi yeni ehtiyat tədbirləri qəbul etmişdir.

Baş nazir Cüzeppe Kontenin verdiyi açıqlamaya görə, yeni qaydalar 2020 -ci il oktyabrın 25 -dən noyabrın 24-nə kimi tətbiq olunmuşdur. Bu müddət ərzində barlar, kafelər, şirniyyat mağazaları, dondurma mağazaları və restoranlar saat 18.00-dan etibarən bağlanmışdır. Noyabrın 18-dən sonra isə meydan və küçələrdə yemək yemək qadağan olunmuşdur.

Bu dövr ərzində İtaliyada kinoteatr, konsert zalı, trenajor zalı, hovuz, rəqs zalı, kazino, bukmeker kontorları bağlanmışdır. Lakin bu period ərzində muzeylər əvvəlki fəaliyyətinə davam etmişdirlər. İtaliyada pandemiya zamanı peşəkar səviyyədə həyata keçirilən idman yarışlarından başqa digərləri dayandırılmışdır.

Yuxarı siniflərdə isə təhsil distant şəkildə aparılmışdır. Təhsil sistemindən başqa İtaliyada dövlət qulluqçularının işi də distant şəkildə həyata keçirilməyə

başlanmışdır. Oktyabr ayında ölkədə tətbiq edilən son tədbirlərə görə, ictimai özəl partiyalar qadağan edimişdir.

İtaliyada toy və cənazə mərasimlərinə icazə verilsə də, iştirakçıların sayı 30-a qədər məhdudlaşdırılmışdır. Elan edilən yeni qərarlarla toydan sonra şənliklər qadağan edilmişdir. Oktyabrın əvvəlində açıq hava da daxil olmaqla maskanın tətbiq sahəsi də genişləndirilmişdir.

Baş nazir Konte 2020 - ci il oktyabr ayındakı çıxışında son günlər ölkədə virusa yoluxmanın səviyyəsinin oktyabrın 1 - dən 5-nə qədər artdığını, səhiyyə sistemində təzyiqin narahatlıq səviyyəsinə çatdığını, epidemiya əyrisinə nəzarət üçün əlavə tədbirlərin görülməli olduğunu bildirmişdir (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

“Biz həm sağlamlığı, həm də iqtisadiyyatı qorumaq üçün əlimizdən gələni etməliyik”, - deyə Baş nazir ümumi karantinin yenidən tətbiq edilməsinə yol verməmək üçün əhalini qaydalara riayət etməyə çağırmışdır (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

Konte, həmçinin, vətəndaşların ehtiyac duyduqları hallarda, məsələn, biznes, səhiyyə, təhsil kimi səyahət etmələrini və ailələrindən başqa, qonaq qəbul etməmələrini xahiş etmişdir (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

Ölkədəki bəzi regional hökumətlər də gecə saatlarında komendant saati tətbiq etməyə başlamışdırlar. Milan, Neapolun yerləşdiyi Kampaniya və paytaxt Roma və Latsio şəhərlərinin daxil olduğu Lombardiya bölgələrində gecə saat 23:00 və ya 00:00-dan etibarən komendant saati tətbiq edilmişdir.

Komendant saatları və mümkün yeni məhdudlaşdırıcı tədbirlərə görə oktyabrın ikinci həftə sonu Neapol və Romada da zorakılığa səbəb olan nümayişlərlə etiraz edilmişdir.

Neapolda keçirilən nümayişdə polislə toqquşan nümayişçilərdən ikisi saxlanılmışdır. Bu çatışmada Romada keçirilən nümayişdə 2 polis əməkdaşı yaralanmış, 13 nəfər saxlanılmışdır. Nümayişlərin təşkilində fanatik futbol azarkeş qruplarının və ifrat sağçı partiyaların da rolu olduğu iddia edilmişdir. Nümayişlərin “sağlamlığın diktaturasına” qarşı təşkil edildiyini iddia edimişdir.

Şəkil 1: İtaliyada komendant saatına qarşı nümayişlərdə zorakılıq



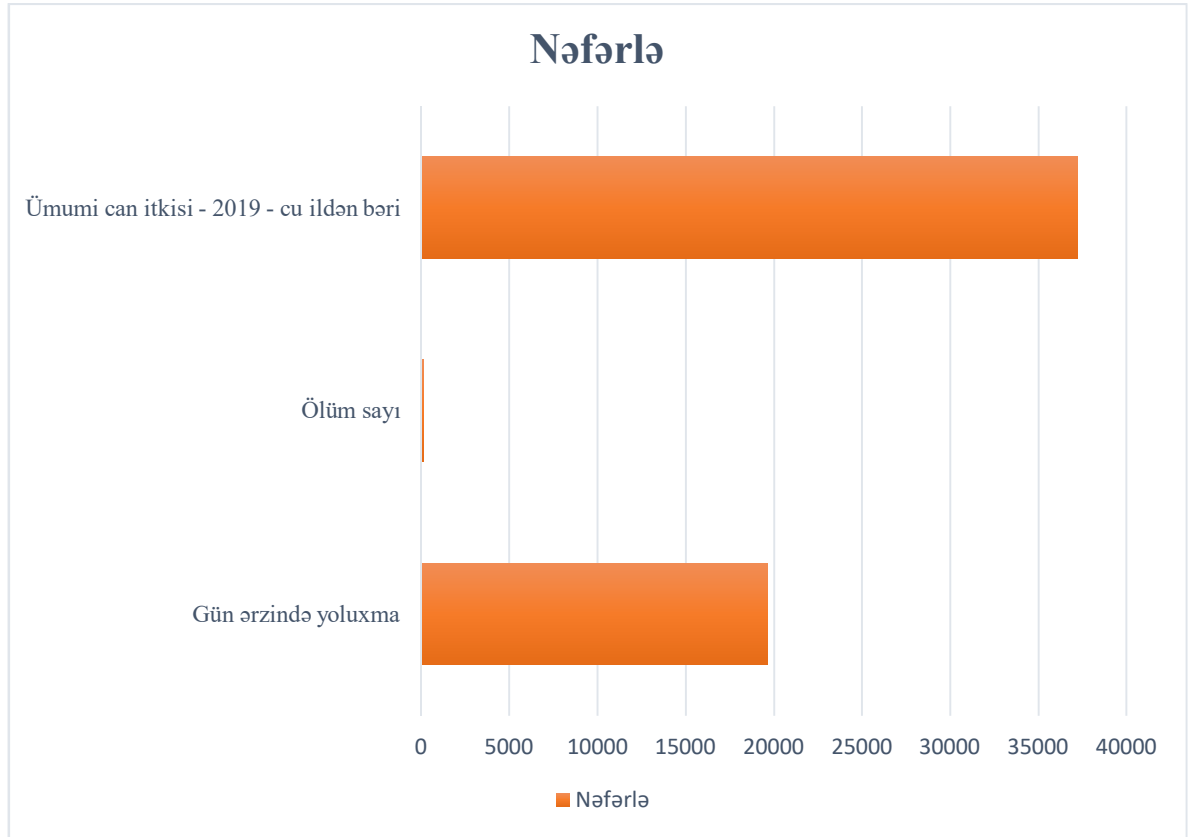
Mənbə: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959> - İtalya ve İspanyada korona 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Baş nazir Conte bu nümayişlərlə bağlı “Etiraz etmək təbiidir, lakin buna baxmayaraq, bəzi qruplar etirazlara sızaraq qarşıdurmalara səbəb olur, diqqətli olmalıyıq” deyə qeyd etmişdir.

İtaliyada həmin gün ərzində aşkarlanan koronavirusa yoluxma hallarının sayı 19 644 nəfər olmuşdur. Bununla da ümumi halların sayı 504 min 509-a çatmışdır. COVID-19 səbəbi ilə daha 151 nəfərin ölümü nəticəsində pandemiyanın başlanğıcından bu yana ümumi can itkisi 37 min 210 nəfərə yüksəlmişdir (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

Nümayişçilər COVID-19 pandemiyasına qarşı alınmış qeyd olunan bu anti-pandemiya tədbirlərinin iqtisadi təsirlərini yumşaltmaq üçün kifayət qədər yardım almadıqlarını və əhalinin rifah səviyyəsinin aşağıya düşə biləcəyini əsas gətirərək dövlət qurumlarına, regional və bələdiyyə idarələrinə etiraz etmişdir. Bu da özündə mövcud vəziyyətin daha da gərginləşməsinə gətirmiş, yoluxma saylarında nəzərəçarpan artımın müşahidə olunmasına səbəb olmuşdur. Ölkə üzrə kütləvi keçirilən bu nümayişlərdən sonra COVID-19 ilə bağlı neqativ göstəricilərdə artım qeydə alınmışdır.

Qrafik 1: 2020 - ci il oktyabr ayında İtaliyada mövcud göstəricilər



Mənbə: <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959> - İtalya və İspanyada korona 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Virusun İspaniyaya yayıldığı ilk dəfə 31 yanvar 2020-ci ildə, Kanar adalarının La Qomera şəhərində bir alman turistin SARS-CoV-2 üçün müsbət test verməsi ilə təsdiqlənmişdir. Post-hoc genetik analizi göstərmişdir ki, virusun ən azı 15 ştammi xaricdən gətirilmiş və cəmiyyətə ötürülməsi fevralın ortalarında başlamışdır (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

14 mart 2020-ci ildə qismən konstitusiyaya zidd karantin tətbiq edilmişdir. Martın 29-da bütün vacib olmayan işçilərə növbəti 14 gün ərzində evdə qalmaları əmri verilmişdir. Martın sonlarına qədər Madrid bölgəsində ən çox yoluxma və ölüm halları qeydə alınmışdır. Tibb mütəxəssisləri və qocalar evlərində yaşayanlar xüsusilə yüksək yoluxma halları ilə üzləşmişlər. Martın 25-də İspaniyada rəsmi ölənlərin sayı Çini ötmüşdür (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

Mayın 17-də İspaniya hökuməti tərəfindən açıqlanan gündəlik ölənlərin sayı ilk dəfə olaraq 100-dən aşağı düşmüşdür. Tədqiqatlar, infeksiyaların və ölümlərin sayının test və hesabatın olmaması səbəbindən düzgün qiymətləndirilmədiyini və

yalnız yüngül və ya heç bir simptomu olmayan bir çox insanın sınaqdan keçirilmədiyini irəli sürmüşdür.

May ayında verilən hesabatlar, 63,000-dən çox insanın nümunəsinə əsaslanaraq, infeksiyaların sayının o tarixə qədər təsdiqlənmiş halların sayından on dəfə çox ola biləcəyini və ən çox yoluxmaların Kastiliya-La-Manş, Kastiliya və Leon əyalətlərinin payına düşdüyünü irəli sürmüşdür.

İspaniya Avropada Rusiyadan sonra yarım milyon hal qeydə alan ikinci ölkə olmuşdur.

2021-ci ilin sentyabrına olan məlumata görə, İspaniya əhalisi ən çox peyvənd olunan ölkələrdən biridir (76% tam peyvənd edilmiş). Eyni zamanda İspaniya COVID-ə qarşı peyvəndlərə daha çox dəstək verən ölkələrdən biridir (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

İspaniyada COVID-19-a yoluxan insanların əksəriyyəti yüngül və ya orta dərəcədə simptomlar göstərmiş və xüsusi müalicəyə ehtiyac olmadan sağalmışdılar. Digərləri isə ağır xəstələnmiş və tibbi yardıma ehtiyac duymuşdurlar (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

Virus öskürən, asqıran, danışan, mahnı oxuyan və ya nəfəs alan zaman xəstənin ağzından və ya burnundan çıxan kiçik maye hissəcikləri vasitəsilə yayıla bilər. Bu hissəciklərin ölçüsü böyük tənəffüs damcılarında kiçik aerozollara qədər fərqlənir.

İspaniyada milli fəvqəladə vəziyyət 2020 -ci ilin noyabr ayında elan edilmiş və saat 23:00-06:00 arasında komendant saati tətbiq edilmişdir. Baş nazir Pedro Sançes təcili tədbirlərin bir hissəsi olaraq yerli hökumətlərin bölgələr arasında səyahəti də qadağan edə biləcəyini söyləmişdir. Sançes tədbirlərin daha 15 gün uzadılmasını parlamentə altı ay ərzində çatdıracağını söyləmişdir.

Bölgə liderlərinin verdiyi qərarlarla fərqli ev təsərrüfatlarından maksimum 6 nəfərin görüşə biləcəyi ifadə edilmişdir.

İspaniyanın paytaxtı Madridin Prado bölgəsində toplaşan və koronavirusu “saxta epidemiya” olaraq xarakterizə edən yüzlərlə peyvənd əleyhdarı hökumətin gətirdiyi COVID-19 tədbirlərinə etiraz etmişdirlər.

Aksiya polis COVID-19 tədbirlərinə etiraz etmək üçün küçələrə çıxan bir çox

nümayişçini saxlamasından sonra baş tutmuşdur. Etirazlarla yanaşı, bəzi şəhərlərdə vandalizm və talan hadisələri də baş vermişdir.

Şəhərin mərkəzinə toplaşan izdiham “azadlıq” və “hökumət istefası” şüarları səsləndirərək parlamentə yürüş etdikdən sonra Daxili İşlər Nazirliyinin binası qarşısında etiraz aksiyasına son qoyulmuşdur. Lakin bu arada çoxlu zibil qutuları yandırılmış və polis barrikadaları sökülmüşdür (<https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959>).

Polis iğtişaçıları dağıtmaq istəyəndə bir qrup iğtişaçı təhlükəsizlik qüvvələrinə daş və fişənglərlə cavab vermişdir. Təcili yardım bölməsi qarşıdurmalarda 3-ü polis olmaqla 12 nəfərin yaralandığını açıqlamışdır. Polis aksiyalar zamanı 32 nəfərin saxlanıldığını bildirmişdir.

Bütün bu qeyd etdiyimiz məlumatlar pandemiyanın İtaliya və İspaniyaya çox güclü təsir etdiyini göstərir. Bu səbəblə də həmin ərazilərdə xəstəliyin qarşısını almaq üçün mühüm tədbirlərin görülməsi olduqca vacib hesab edilir. Bu baxımdan həm yerli əhalinin, həm səhiyyə sisteminin olduqca məsuliyyətli və diqqətli olması vacibdir.

1.3. Pandemiyanın turizm sektoru üçün yaratdığı çətinliklər

Yeni növ koronavirus olan COVID-19 çox qısa müddətdə bütün dünyanı bürümüş, yüz minlərlə insan həyatını və mənəvi ruh yüksəkliyini itirmişdir. Dünyanın iqtisadi və sosial həyatına dərindən təsir edən bu pandemiya günlərlə komendant saatının tətbiq edilməsinə səbəb olmuşdur.

Epidemiya dövründə insanların tətillərini seçmələri, getdikləri məsafə istəklərində ciddi fərqlərin olduğu da müşahidə edilir. Pandemiyanın təsirlərinin dərin və uzunmüddətli olacağı, turizm sektorunun yenidən qurulmasının zəruriliyi, tətbiq ediləcək qaydalar, xüsusilə böhran idarəçiliyi istifadə ediləcək qaydaların vacibliyini vurğulayır. Üstəlik, COVID-19 turizmdə bir çox şeyi yenidən müəyyənləşdirməyə və tarazlığı bərpa etməyə, daha məsuliyyətli və etik qaydaların tam tətbiq olunduğu turizm anlayışını yaratmağa kömək edə bilər (Ibish S.A. 2020: p.117).

Bəşəriyyət COVID-19 kimi dünyaya təsir edən bir çox epidemiyaların (yoluxucu xəstəliklərin) şahidi olmuşdur. Bu epidemiyalar demografik, iqtisadi, sosial və siyasi nəticələri ilə dünyanın formalaşmasında çox mühüm rol oynamışdır. Bu cür epidemiyalar bəzən bir imperiyanın dağılmasında, bəzən də yeni bir dövlətin yaranmasında mühüm rol oynayır.

Şübhəsiz ki, bəşəriyyət tarixi üçün bu qədər həlledici olan bir hadisənin böyük ölçüdə yox olacağı və ya onun mümkün təsirlərinin müasir tibblə tam zəifləyəcəyi güman edilmir. Bununla belə, sonsuz tələblər, lazımsız resurs israfı və təbiətə həddindən artıq müdaxilə epidemiyaların aradan qalxmasının əksinə daha tez-tez ortaya çıxmasına səbəb olmuşdur.

Təbii mühitlə qeyri-təsadüfi əlaqəmiz nəticəsində yaratdığımız bu yeni virus növləri bundan sonra həyatımızın bir parçası olmağa davam edəcəkdir. Yaşadığımızın da əksi olan bu epidemiyalar ya bizi onlarla yaşamağı öyrənməyə məcbur edəcək, ya da keçmişdə olduğu kimi ciddi problemlərlə qarşı-qarşıya qoyacaqdır (Ibish S.A. 2020: p.119).

Bu kontekstdə 2020-ci ildə həyatımıza daxil olan COVID-19 dünya iqtisadiyyatının bütün sektorları kimi turizm sektoruna da böyük zərbə vurmuşdur. Turizm müəssisələrinin bağlanması istehlak iqtisadiyyatına zərər vurmaqla yanaşı,

bu müəssisələrdə çalışan yüz milyonlarla insanın işsiz qalmasına səbəb olmuşdur (Jamal T.A., Budke C.A. 2020: p.54).

Şübhəsiz ki, tətillər bir mədəniyyətdir və insanlar üçün düşünüldüyündən daha böyük ehtiyacdır. Pandemiyanın uzanması zərərin miqyasına da birbaşa təsir edir. Bir çox ölkə bu mənada təşviq və asanlaşdırıcı addımlar atsa da, zərər qaçılmazdır (Jamal T.A., Budke C.A. 2020: p.59).

COVID-19-un qısamüddətli fəsadları ilə yanaşı, yetmiş illik təcrübə və vərdişin nəticəsi olan müasir turizm anlayışı və sistemini də dəyişdirə bilməyəcəyi mühüm məsələdir. Çünki müasir turizmin qurulması və onun yaratdığı iqtisadiyyat kapitalist sisteminin heç vaxt itirə bilməyəcəyi bir formadır. Lakin bunun böyük ölçüdə dəyişməyə də, qismən də olsa, fərqlənərək insan mərkəzli bir hərəkata çevrilməsi də qaçınılmazdır (Jamal T.A., Budke C.A. 2020: p.67).

Yerli insanlar da daxil olmaqla daha davamlı proseslər indi turizmin komponentlərinə çevrilə bilər. Bu mənada bu araşdırma pandemiyanın yaratdığı travma və mövsümi turizm hərəkatlarındakı dəyişikliklər, eləcə də turizmin gələcəyi ilə bağlı ədəbiyyat araşdırması kimi dəyərləndirilə bilər (<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282>).

COVID-19 bütün dünyada təsirli olan və hələ də aktual olan bir pandemiya. Buna görə də insanların belə bir pandemiya sonrası səyahət davranışlarında dəyişiklik etməsi gözlənilən nəticədir. Bu kontekstdə turizm və səyahət davranışına insanların şəxsi iqtisadi rifahı, istifadə edilə bilən gəlirləri, xərclərdəki dəyişikliklər, sağlamlıq riskləri və pandemiya nəticəsində istehlak imkanlarının dəyişməsi kimi bir sıra amillər təsir edir (<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282>).

Fərdlərin planlaşdırılan səyahət davranışlarına təsirləri ilə bağlı araşdırmalarda insanların böyük bir hissəsinin pandemiya nəzarət altına alındıqdan altı ay və ya daha çox müddət sonra tətillə çıxmaq niyyətində olduqları və bu səfərləri adətən qısa tətillər kimi planlaşdırdıqları aşkar edilmişdir.

Bundan əlavə, insanların ictimai nəqliyyat vasitələrindən çox fərdi nəqliyyat vasitələri ilə səyahətə üstünlük verdikləri və səyahət qərarları versələr belə, bu dövrlərin böyük ölçüdə qısamüddətli olduğu müşahidə edilmişdir

(<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282>).

Uachyuni və Kusumaningrum (2020) araşdırmalarında pandemiya sonrası qısa müddətli səyahət variantının ön plana çıxacağını və eyni zamanda təhlükəsizliyin təmin edilməsi şərti ilə təbiətə əsaslanan turizm növlərinin bu proseslə çox məşhur olacağı ifadə edilmişdir.

Əsas motivasiyanın əsasən təhlükəsizlik olduğu bu səyahət davranışına insanı inandırmaq çox çətindir. Digər tərəfdən, müəyyən edilmişdir ki, bəzi turistlər öz iqtisadiyyatlarını dəstəkləmək üçün xaricə deyil, öz ölkələrində bir destinasiyaya getməyi planlaşdırırlar, sıxlıqdan qaçaraq daha sakit və izdihamdan uzaq yerlərə üstünlük verirlər.

COVID-19-un yaratdığı travma hələ də insanların yaddaşında çox təzə olduğundan və qeyri-müəyyən olaraq qaldığından, yəqin ki, insanların psixologiyasına dərinlən təsir edir. Epidemiyaya prosesi və onun nəticələri zamanı turizmin mümkün nəticələri və səyahət davranışlarının necə təsirlənəcəyi ilə məşğul olan tədqiqatçılar prosesin çox da yaxşı getməyəcəyi barədə xəbərdarlıq edirlər (<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282>).

Məsələn, Nazneen və digərlərinin (2020) apardıqları bir araşdırmada COVID-19-un turistlərin gigiyena, təhlükəsizlik qavrayışlarına və səyahət qərarlarına böyük təsir göstərdiyi, turistlər arasında narahatlıq yaratdığı və insanların növbəti 12 ay üçün səyahət planlarını azaltdıqları da müəyyən edilmişdir.

Menegaki (2020) tərəfindən aparılan oxşar bir araşdırmada, səyahət etməyin təhlükəsiz olduğu məlumatının qəbul edilməli və insanların yenidən səyahətə meyl edə bilmələri üçün turistik məhsullar almağa təşviq edilməli olduğu vurğulanır.

Vizaların sadələşdirilməsi, səyahət vergilərinin götürülməsi, ləğv və ya təxirə salınmada çeviklik bu prosesin normallaşmasına, xüsusən də beynəlxalq turizmi səfərbər etmək üçün töhfə verəcəkdir (<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282>).

Bu vəziyyətin əhəmiyyətini vurğulayan Haywood (2020) turizmin məqsəd və prinsiplərini yenidən təsəvvür etmək üçün kollektiv məsuliyyətə ehtiyac olduğunu bildirir. O, sosial, mədəni və iqtisadi sərvətlərə töhfə vermək potensialına malik olan

turizmin yenidən dizayn edilməli və hər kəsin xeyrinə təqdim edilməli olduğunu və buna nail olmaq üçün bütün maraqlı tərəflərin məsuliyyət daşımaları olduğunu vurğulayır.

Şübhəsiz ki, burada yaradılan maarifləndirmə tək cə xidmət göstərənlər üçün deyil, xidmət alan turistlər üçün də keçərli olmalıdır. Çünki sektorun ayaqda qalması böyük ölçüdə turistlərin məsuliyyəti ilə mümkündür

(<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282>).

Oxşar diskurs Benjamin və digərləri (2020) tərəfindən hazırlanmışdır. Onlar qeyd edirlər ki, pandemiyadan sonra turistlər tək cə öz sağlamlıqlarını və rifahını düşünməməli, həm də yerli icmaları, xüsusən də iqtisadi tənəzzülün getdikcə daha çox hiss edildiyi yerləri də düşünməlidirlər. Bunun üçün təklif edilir ki, populyar istirahət mərkəzləri əvəzinə daha az tanınan məkanda yerli əhalinin işlədiyi butik otellərdə yerləşmək olar.

COVID-19-dan sonra daha davamlı turizm formalarına diqqət yetiriləcəyini ifadə edən Hall və digərləri (2020), beynəlxalq turizm verdişlərinin böyük ölçüdə davam edəcəyini və xüsusilə avtoritar meylləri olan milli və yerli hökumətlərin turizmə həmişə olduğu kimi iqtisadi baxımdan yanaşacağını ifadə edir. Digər tərəfdən, o, pandemiyadan sonra insanların kütləvi turizmdən fərqli olaraq daha sakit və fərdi turizm fəaliyyətlərinə üstünlük verəcəyini proqnozlaşdırmışdır.

Pandemiyadan sonra tətillərində görüləcək dəyişikliklər yalnız turizm növü və yer seçimi ilə məhdudlaşmayacaq, təbiətlə münasibətin və etik qaydaların tətbiq olunduğu sahələrə də təsir edəcəkdir. Çünki indiki pandemiyanın turistləri daha diqqətli və daha şüurlu olmağa sövq etdiyi bir çox alimlər tərəfindən qəbul edilir. Bu mənada Stankov və digərləri (2020) bu vəziyyətin uzun müddətdə davamlı turizm təcrübələrinə çevrilə biləcəyini qeyd edir.

Məsələn, sektorda mühüm yer tutan gastronomiya turizmi destinasiyalarında qüvvədə olan qanun və qaydaların daha çox nəzərə alınacağı və beləliklə, vəhşi təbiətin qeyri-etik istehlakı ilə qismən əlaqələndirilə bilən epidemiyaların qarşısının alınacağı bildirilir.

Bənzər bir araşdırmada Ying və digərləri (2020) vəhşi və ekzotik heyvanların

istehlakının qida təminatından dərindən asılı olan turizmdə rol oynamağa davam edəcəyini və bu qidaların turistlər, destinasiyalar və yerli insanlar üçün mənfi nəticələri ola biləcəyini müdafiə edir.

Şübhəsiz ki, bu vəziyyət insanların vəhşi və ekzotik heyvanların istehsal və istehlakını yaxın gələcəkdə yenidən nəzərdən keçirməsinə və bu mövzuda həssas olmayan istiqamətlərə səyahət etməkdən çəkinməsinə səbəb olacaqdır (Alaeddinoğlu F.S. 2020: s.39).

Prideaux (2020) təklif edir ki, turizm sənayesinin bərpası üçün keçmişin normalarına qayıtmağa əsaslanan strategiyalar qəbul etmək əvəzinə, gələcəyə baxmalı və gələcəyin transformasiyalarına necə uyğunlaşacağına diqqət yetirmək lazımdır.

Məsələn, onlar xatırladırlar ki, gələcəkdə qlobal turizm iqlim dəyişikliyinə yaratdığı fiziki, sosial və iqtisadi dəyişikliklərə uyğunlaşmalı olacaq. COVID-19-dan əvvəl bir çox hökumətin qlobal pandemiyanın mümkünliyini tanıdığını, lakin belə bir gələcək hadisə ilə mübarizə aparmaq üçün tədqiqatların maliyyələşdirilməsi və tibbi resursların yığılması üçün lazımı addımlar atmadığını qeyd edən müəlliflər eyni şəkildə bir çox hökumətin təhlükənin yenidən fərqiə olduğunu qeyd etdilər (Alaeddinoğlu F.S. 2020: s.117).

Crossley (2020) COVID-19 böhranı və iqlim dəyişikliyi problemlərindən bəhs edən araşdırmasında dünyanın insan müdaxiləsi olmadan özünü sağalda biləcəyi fikrinin milyonlarla insan tərəfindən qəbul edildiyini və bu ideyanın insanlarda müsbət qavrayış yaratdığını qeyd etmişdir.

Turizm kontekstində COVID-19 epidemiyası ilə məşğul olan araşdırmaların başqa bir ortaq nöqtəsi, epidemiyadan əvvəl adi turizm fəaliyyətindən lazım olduğu qədər faydalana bilməyən yerli icmalardır. Məsələn, Cheer (2020) qeyd edir ki, pandemiya sonrası ssenaridə turizmin ev sahibi icmalara hansı növ təsir göstərdiyini qiymətləndirmək lazımdır.

Oxşar fikirli Desbiolles (2020) araşdırması, turizmi yerli xalqların maraqlarına və hüquqlarına uyğun olaraq yenidən təyin edilən icma mərkəzli turizm çərçivəsinin zəruriliyinə işarə edir. Bundan əlavə, müəllif turizmi ictimai maraqlara uyğun

yeniləyərək dünyanın sosial və ekoloji sərhədləri qarşısında daha məsuliyyətli etmək üçün belə bir yanaşmanın zəruri olduğunu bildirmişdir (Alaeddinoğlu F.S. 2020: s.77-78).

Epidemiyadan sonra turizm təklifinin inkişafında qərarların qəbulu prosesinə yerli icmalar da cəlb edilməlidir. Eynilə, yerli maraqlı tərəflərin icmaları üçün nəyin daha yaxşı olduğuna qərar vermək imkanı olmalıdır.

Gündəlik həyatı asanlaşdıran yeni texnologiyalar bir çox digər sektorlarda olduğu kimi turizmdə də getdikcə geniş yayılmaqdadır. Son illərdə həyatımıza daxil olan və bir çox sahədə rast gəlinən süni intellekt və robot tətbiqləri öndə gedənlərdir. Mövcud epidemiyaya prosesində tez-tez istifadə edilən bu iki tətbiq COVID-19-un yayılmasının qarşısının alınmasında çox uğurlu nəticələrin əldə edilməsinə töhfə vermişdir.

Xüsusilə son illərdə xəstəxanalarda, hava limanlarında, nəqliyyat sistemlərində, istirahət zonalarında, otellərdə və restoranlarda süni intellekt və robot texnologiyalarından getdikcə daha çox istifadə olunur. Buna görə də, iş itkiləri və məlumatların məxfiliyi ilə bağlı narahatlıqlar səbəbi ilə keçmişdə mübahisəli olan bu iki texnoloji yeniliyin COVID-19 epidemiyasından sonra səyahət və turizm sənayesində daha da populyarlaşacağı başa düşülür (Alaeddinoğlu F.S. 2020: s.176-177).

Şübhəsiz ki, bu təcrübələr təkcə pandemiyanın yayılmasına nəzarət etməkdə deyil, həm də turizm hərəkətlərinin idarə olunmasında mühüm rol oynaya bilər. Çətin olsa da, pandemiyanın son turizmə nəzarətli şəkildə başlamaq və idarə etmək lazımdır.

Əks halda sərhədləri bağlayaraq pandemiya ilə uzunmüddətli mübarizə aparmaq uyğun həll yolu deyil. Əksinə, görüb başa düşməliyik ki, ardınca gələcək iqtisadi böhran epidemiyanın bütün mənfi təsirlərindən daha pis nəticələrə gətirib çıxara bilər. Əlli milyondan çox turistə ev sahibliyi edən İtaliya və İspaniya, xüsusilə son illərdə texnologiya istifadəsini getdikcə populyarlaşdıran ölkələrdəndir (Alaeddinoğlu F.S. 2020: s.23).

Turizmin bu xüsusiyyəti insan münasibətlərinə dəyər qatır. Bununla belə, gələcəkdə COVID-19 və digər mümkün viruslarla mübarizə aparmaq və turizmin

davamlılığını təmin etmək üçün sektorun hər bir mümkün sahəsinə yeni texnologiyalar inteqrasiya edilməlidir.

Üstəlik, virtual reallıq bu mənada istifadə edilə bilər. Virtual reallıq real turizmi əvəz etməsə də, pandemiya dövründə mümkün riskləri aradan qaldırmaq üçün istifadə oluna bilər. Məsələn, indiki kimi pandemiya dövründə virtual reallığın köməyi ilə əyləncə parkları, arxeoloji ərazilər, muzeylər və ya insanların intensiv hərəkət etdiyi hər hansı bir attraksion asanlıqla ziyarət edilə bilər (Atıcı F.Z. 2020: s.33).

Belə ki, pandemiya dövründə turizm müəssisələri qonaqlarının və işçilərinin təhlükəsizliyini təmin etmək üçün öz obyektlərindəki bütün açıq və qapalı sahələrin istifadə üsullarını müvafiq şəraitdə yenidən təşkil etməlidir. (Atıcı F.Z. 2020: s.100-101).

Fiziki məsafə qaydalarına uyğun olaraq ərazilərin insan tutumu azaldılmalı, gigiyena və təmizlik işləri qısa aralıqlarla aparılmalı, işçilərə xəstəlik və gigiyena ilə bağlı lazımi məlumatlar verilməli, qonaqların qəbulu təmin edilməlidir. Çünki müəssisələr unutmamalıdır ki, COVID-19-dan sonra turistlər sağlamlıq, gigiyena və sosial məsafə kimi mövzularda daha həssas ola bilərlər. Buna görə də, turistin bu həssaslığı davranışlarında əks olunacaq və bizneslərinin bu yeni prosesə hazır olması gözlənilir.

COVID-19 təkə turizm biznesində deyil, həm də qonaqpərvərlik sənayesinin digər komponentlərində mənfi nəticələrə səbəb olmuşdur. Məsələn, qonaqpərvərlik sənayesində paylaşma iqtisadiyyatının aparıcı nümunələrindən biri olan turizm bronlaşdırma şirkəti Airbnb may ayında şirkətin ümumi işçilərinin 25%-i, yəni, təxminən 1900 işçinin işdən çıxarılaçağını açıqlamışdır (Atıcı F.Z. 2020: s.90).

Buna görə də, yeni növ koronavirus pandemiyası və ondan sonra baş verənlər, pandemiya zəifləsə belə, uzun müddət yaşayış seçimlərinə tələbatın tam olaraq reallaşmayacağı və əvvəlkindən daha aşağı qalacağı məlum məsələdir.

Şübhəsiz ki, bunun əsas səbəblərinə təhlükəsizlik səbəbi ilə səyahətlərin ləğv edilməsi, insanların nisbətən təhlükəsiz hesab etdikləri digər tətill yerlərinə üz tutmaları və insan qarşılıqlı əlaqələrinin sıx olduğu tətill yerlərindən uzaq durmağa

üstünlük vermələrini nümunə göstərmək olar.

Böhran idarəetmə prosesi tək-cə böhran zamanı deyil, həm də böhrandan əvvəl və sonra görülməli olanları ehtiva etdiyi üçün böhrandan əvvəlki, böhranlı dövr və böhrandan sonrakı dövr kimi işlənir. Böhran mühiti yarandıqdan sonra böhranın idarə edilməsi daha çətin prosesdir və daha çox baha başa gəlir. Bu səbəblə böhrandan əvvəl düzgün strukturlaşma ilə böhran planının hazırlanması, böhran idarəetmə komandasının formalaşdırılması və ən əsası gələcək böhranı təxmin etmək üçün erkən xəbərdarlıq sistemlərinin inkişaf etdirilməsi böhranın öhdəsindən gəlmək üçün görülməli işlərin başında gəlir (<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282>).

Böhran zamanlarında yüksək səviyyəli rəhbərlər və işçilər üzərində həddindən artıq təzyiq və stress müşahidə olunur. Bu gərginlik mühiti idarəetmə heyətinin qərar qəbul etmə prosesində axsamalara və pozulmalara səbəb olur, nə edəcəyini bilmədən qərarlılıq vəziyyəti isə səhvləri də özündə gətirir. Bu səbəbdən böhran dövrlərində kadrların idarə olunması normal dövrlərə nisbətən daha çətinləşir. Böhran zamanı görülməli ilk iş problemi müəyyən etmək, məlumat axınına yaxşı idarə etmək və ünsiyyət strategiyasını hazırlamaqdır (<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282>).

Böhrandan sonrakı dövrdə böhran zamanı baş verən hər şey obyektiv nöqtəyindən nəzərdən qiymətləndirilməlidir. Böhrandan sonra normal vəziyyətə qayıtmaq üçün səylər göstərilərkən, digər tərəfdən böhranın biznesə xərci də araşdırılmalıdır. Prosesdən maliyyə cəhətdən mənfi təsirlənən bir iş yekunda həyatda qalmaq üçün ixtisar, fəaliyyət sahəsini dəyişdirmək və yaxud yeni tərəfdaşlıqlara girmək kimi yeni və böyük hədəflərlə davam edə bilər.

Pandemiya zamanı böhrandan gələn zərəri minimuma endirmək üçün strateji böhran kommunikasiya planına ehtiyac var. Məsələn, ictimaiyyətin birinci şərti dəqiq və ardıcıl məlumat verməkdir. Ksenofobiyanın qarşısını almaq üçün böhran zamanı və böhrandan sonra dəqiq məlumat vacibdir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, turizm maraqlı tərəfləri ilə ictimai səhiyyə rəsmiləri arasında sıx əməkdaşlıq vacibdir.

Nəticə olaraq deyə bilərik ki, qlobal epidemiyalar dünən olduğu kimi bu gündə, gələcəkdə də həyatımızın bir parçası olmağa davam edəcəkdir. Ona görə də veriləcək əsas sual gələcəkdə epidemiyaların baş verib-verməyəcəyi deyil, bu epidemiyalara nə dərəcədə hazır olduğumuz olmalıdır. Çünki insanın təbiətə həddindən artıq müdaxiləsi, bir çox yeni canlı növləri ilə əlaqə saxlaması və ya onları istehlak etməsi, yeni epidemiyaların olacağını bildiyi halda lazımi tədbirləri almaması gələcəklə bağlı narahatlıqları artırır.

Qlobal epidemiyalar bütün turizm bizneslərinə təsir etsə də, bu prosesdən ən çox zərər çəkən kiçik miqyaslı müəssisələrdir. Maliyyə məsələlərində o qədər də səriştəli olmayan bu müəssisələrin məhsulu ehtiyatda saxlayıb növbəti ilə köçürə bilmədikləri üçün ayaqda qalması çox çətinidir.

Bu kontekstdə İtaliya və İspaniyada turizminin mövcud epidemiyadan çıxması çox çətin və əziyyətli bir prosesdir. Çünki İtaliya və İspaniyada turizm müəssisələrinin böyük bir hissəsini kiçik müəssisələr təşkil edir. Buna görə də, turoperatorlara, böyük turizm agentliklərinə və otellər şəbəkəsinə məxsus müəssisələr istisna olmaqla, kiçik və orta biznes bu pandemiyadan daha çox zərər çəkə bilər.

II FƏSİL. İTALİYADA PANDEMİYADAN ƏVVƏL VƏ SONRA TURİZM SEKTORU

2.1. Xarici turistlərin sayında dəyişmə

2019 - ci il ərzində - pandemiya əvvəl 63,2 milyon turistlə İtaliya, beynəlxalq turizm gəlişlərində ən çox ziyarət edilən beşinci ölkə olmuşdur. İnsanlar daha çox İtaliyaya zəngin mədəniyyəti, mətbəxi, tarixi, dəb və incəsənəti, gözəl sahil xətti və çimərlikləri, dağları və qiymətsiz qədim abidələri üçün səfər edirlər (Marco A.G. 2020: p.44).

Turizm 189,1 milyard avro təxmin edilən gəlirlə İtaliyanın ən sürətlə inkişaf edən və ən gəlirli sənaye sahələrindən biridir.

Şimal-qərbi İtaliya

Regionlar: Pyemont, Liquriya, Lombardiya and Valle d'Aosta

Portofino, San-Remo və Cinque Terre kimi yerlər İtaliya Rivierrasına ev sahibliyi edir. İtaliyanın bu hissəsində çoxlu tarixi şəhərlər var: İtaliyanın istehsal paytaxtı Turin, ölkənin biznes və dəb paytaxtı Milan və əsas Genuya limanı regionun ən məşhur turistik yerləridir. Aosta, Berqamo, Breşia və Komo kimi digər şəhərlər, Qarda, Komo və Maggiore gölləri kimi gözəl mənzərələrlə bölgənin ziyarətçilərini paylaşan zəngin mədəni irsə malikdir. Burada Sestriere, Kurmayor, Broy-Cervinia, Livino və Bormio kimi əhəmiyyətli xizək kurortları da var (Marco A.G. 2020: s.124).

Şimal-şərqi İtaliya

Regionlar: Emiliya-Romanya, Friuli-Venesiya-Culiya, Trentino-Alto-Adice və Veneto

Həmçinin İtaliyanın bu hissəsində kanalla dolu Venesiya, Verona, Viçensa, Padua, Trento, Bolzano, Kremona, Bolonya, Ferrara, Mantova, Parma, Ravenna, Çesena, Rimini və Trieste şəhərləri var.

Burada Dolomitlər, Karnik və Julian Alpları kimi bir neçə dağ silsiləsi və Kortina d'Ampeszo və Madonna di Kampiqlio kimi dünya səviyyəli xizək kurortları da mövcuddur. Bu dörd sahə gəzib - görmək və istirahət etmək üçün çox maraqlı attraksionlar təklif edir.

Mərkəzi İtaliya

Regionlar: Latsio, Marke, Toskana və Umbriya

Bu ərazi və regionları yəqin ki, İtaliyada ən çox ziyarət edilən yerdir və bir çox məşhur attraksionlar, eləcə də axtarılan görməli yerləri özündə birləşdirir. Roma şəhərində Roma İmperiyası dövründən qalan möcüzəvi tikililər və ən əsası Kolizey kimi dünyanın ən məşhur görməli yerlərindən biri vardır.

İtalyan intibahının doğulduğu yer hesab edilən Florensiya Toskana bölgəsinin ən çox ziyarət edilən şəhəridir. Siena, Piza, Arezzo və Lukka kimi yaxınlıqdakı şəhərlər də zəngin mədəni irsə malikdir.

Umbriyanın əhalisi azdır, lakin Peruca və Assizi kimi bir çox mühüm şəhərlərə malikdir. Qeyd edək ki, Latsio və Toskana İtaliyanın ən çox ziyarət edilən bölgələrindən və ekoturizm üçün əsas istiqamətlərdəndir (Soydan H.S. 2020: s.176).

Bu bölgə gözəl mənzərələri ilə tanınır və İtaliyanın özü də daxil olmaqla dünyanın hər yerindən turistləri cəlb edir. Təmiz mənzərələr və zəngin sənət tarixi turistlərin mərkəzi İtaliyaya səfər etməsi üçün əsas motivlərdəndir.

Cənubi İtaliya

Regionlar: Apuliya, Bazilikata, Kalabriya, Kampaniya, Abruttso və Molize.

Cənubi İtaliya (həmçinin Mezzogiorno kimi tanınır) daha aşağı qiymətə geniş çeşiddə yeməklər təklif edən mətbəxi ilə tanınır. O, həmçinin Aralıq dənizi turizmini hər bölgənin gözəl çimərlikləri ilə birləşdirməsi ilə tanınır ki, bu da yerli turizm üçün vacib elementdir.

Neapol bölgədə ən çox ziyarət edilən şəhərdir. Digər əsas turizm istiqamətləri Amalfi Sahili, Ravello, Benevento, Kazerta, Salerno və Pottsuolidir. Avropanın ən yaşıl bölgəsi olan Abruttsonun təbiət parklarına Abruttso Milli Parkı, Qran Sasso Milli Parkı, Maiella Milli Parkı, Monti della Laqa və minlərlə ziyarətçini cəlb edən Sirente-Velino Regional Parkı daxildir.

Burada qorunan 30 təbiət qoruğu var. Avropanın bütün canlı növlərinin 75%-i bu qoruqlarda qorunur. Tarixi Leççe və Bari şəhərlərini və daşlardan yonulmuş evlərdən (trullidən) ibarət kəndləri əhatə edən Apuliya, Kalabriya kimi sahilləri ilə məşhurdur (Soydan H.S. 2020: s.169).

2019-cu ildə İtaliyaya ən çox ziyarət edənlər aşağıdakı ölkələrin vətəndaşları olmuşdur:

Cədvəl 1: Pandemiyadan əvvəl İtaliyaya axın edən xarici turistlərə dair göstərici (milyon nəfər)

Sıra	Ölkə	Say
1	Almaniya	12,184,502
2	ABŞ	5,656,740
3	Fransa	4,737,464
4	Birləşmiş Krallıq	3,781,882
5	Çin	3,200,847
6	İsveçrə	2,925,321
7	Avstriya	2,612,706
8	Hollandiya	2,197,870
9	İspaniya	2,175,267
10	Rusiya	1,616,902
11	Polşa	1,472,832
12	Belçika	1,270,802
13	Avstraliya	1050585
14	Yaponiya	1,026,369
15	Braziliya	1,025,070
16	Cənubi Koreya	996,346
17	Kanada	886,053
18	Çexiya Respublikası	839,207
19	İsveç	739,976
20	Argentina	708,987
21	Danimarka	663,581
22	İsrail	605,076
23	Macarıstan	565,206
24	Hindistan	555,223
25	İrlandiya	434,888
26	Türkiyə	402,569
27	Norveç	398,908
28	Portuqaliya	375,391
29	Meksika	358,626
30	Yunanıstan	341,716
	Ümumi beynəlxalq ziyarətçilər	63,195,203
	Ümumi ziyarətçilər	128,100,932

Mənbə: <https://www.istat.it/en/> - Comitato di Statistica dello Stato Italiano 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Səyahət və turizm sağlamlıq riski səbəbi ilə məhdudiyyətlərdən ən çox təsirlənən sektorlar arasındadır. Təkcə onu qeyd etmək kifayətdir ki, İtaliyada 2019-cu ildən 2020-ci ilə qədər xarici turistlərin sayı iki dəfədən çox, onların ümumi xərcləri isə 60 %-dən çox azalmışdır.

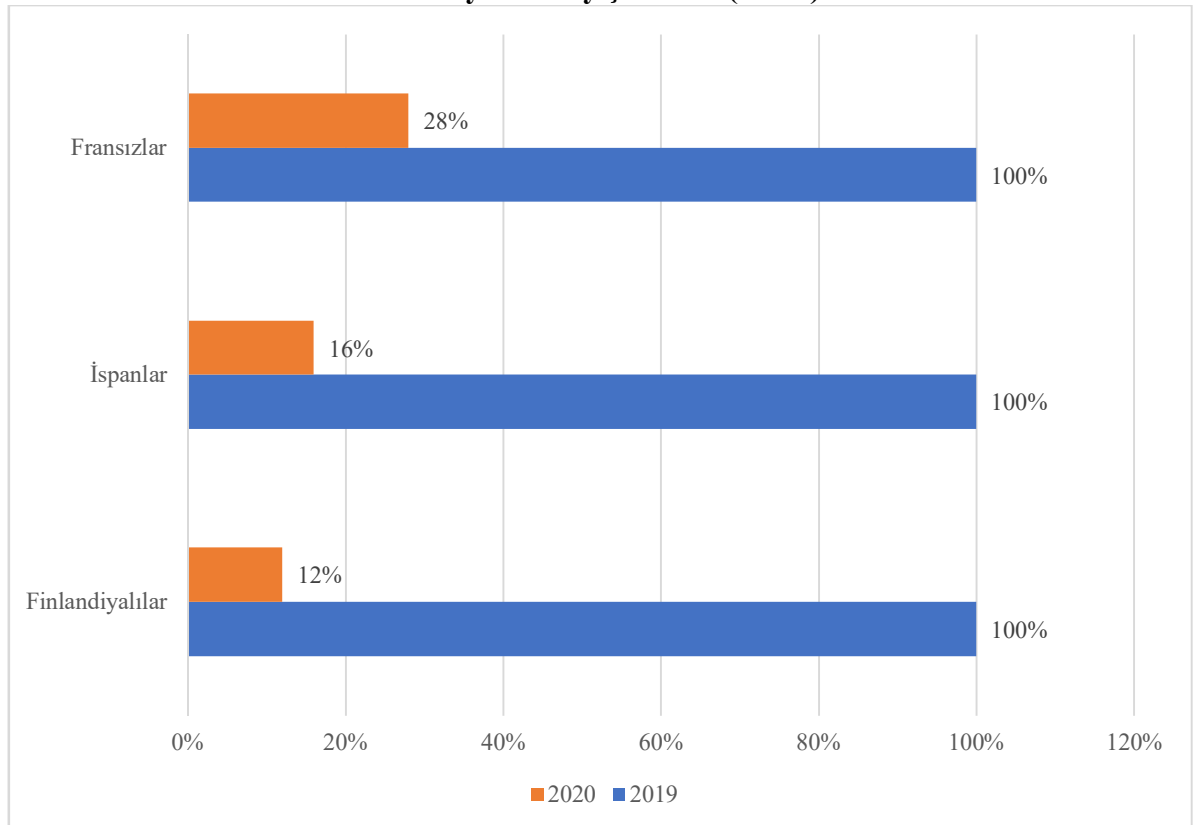
Əldə etdiyimiz məlumatlara görə Finlandiyalıların İtaliyada olması 2019-cu illə

müqayisədə 88 %, ispanlarınki 84 %, fransızlarınki isə 72 % azalmışdır. Buna baxmayaraq, COVID-19 dövrünün ilk yayında belə, əcnəbilər, xüsusən də avropalılar İtaliyada tətildən imtina etməmişdirlər (https://www.adnkronos.com/i-numeridel-turismo-in-italia_BK08GqbK1T5PselGIY7TN?refresh_ce).

Qeydiyyatda alınanların sayı kəskin şəkildə azalsa da, bəzi hallarda turistlər 2019-cu ilin yayına nisbətən burada daha çox vaxt keçirmişdirlər. Bu və digər maraqlı tendensiyalar Adnkronos və Expleo tərəfindən İstat və İtaliya Bankı tərəfindən təqdim edilən məlumatlar üzərində aparılan təhlil nəticəsində ortaya çıxmışdır.

Əgər biz pandemiya əvvəlki dövr üçün (2019) alman, finlandiyalılar, ispan və fransızların İtaliyaya gəlişlərini 100 % təxmin etsək, pandemiya sonrakı vəziyyəti aşağıdakı qrafiklə bu cür ifadə edə bilərik:

Qrafik 2: Pandemiya əvvəlki dövr - 2019 və 2020 - ci ilin əvvəlində İtaliyaya gələn turistlərin sayında dəyişikliklər (faizlə)



Mənbə: <https://www.istat.it/en/> - Comitato di Statistica dello Stato Italiano 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Burdan əldə etdiyimiz nəticələrə görə deyə bilərik ki, koronavirus pandemiyası

İtaliyada turizm sektoruna - turistlərin ölkəyə axımına mənfi təsir göstərmişdir. Bütün bunlar həm turizmin geriləməsinə, həm də turizm sektorunda gəlirin azalmasına səbəb olmuşdur. Təbii ki, bu da öz növbəsində qeyri - neft sektorunun zəifləməsinə gətirib çıxarır (https://www.adnkronos.com/i-numeri-del-turismo-in-italia_BK08GqbK1T5PselGIY7TN?refresh_ce).

2.2. Daxili turizmin dinamikası

İtaliyada pandemiya əvvəl daxili turizmin dinamikasına nəzər yetirsək deyə bilərik ki, İtaliyada 2018-ci ildə turizm sektoru ÜDM-in 5 %-ni təşkil etmişdir. Həmin ildə turizm ümumi məşğulluğun birbaşa 6%-ni, dolayısı ilə işə 15%-ni təşkil etmişdir. Bu sektorun belə iqtisadi əzəməti nəhəng İtalyan bədii və təbiət irsi ilə bağlıdır (<https://italiaindati.com/turismo-in-italia/>).

2017-ci ilin sonunda 4026 muzey, qalereya və ya kolleksiya, 570 abidə və monumental kompleks, 293 arxeoloji ərazi və park fəaliyyət göstərmişdir. Ən azı bir muzeyə bənzər quruluşa ev sahibliyi edən 2371 İtaliya bələdiyyəsi var (<https://italiaindati.com/turismo-in-italia/>).

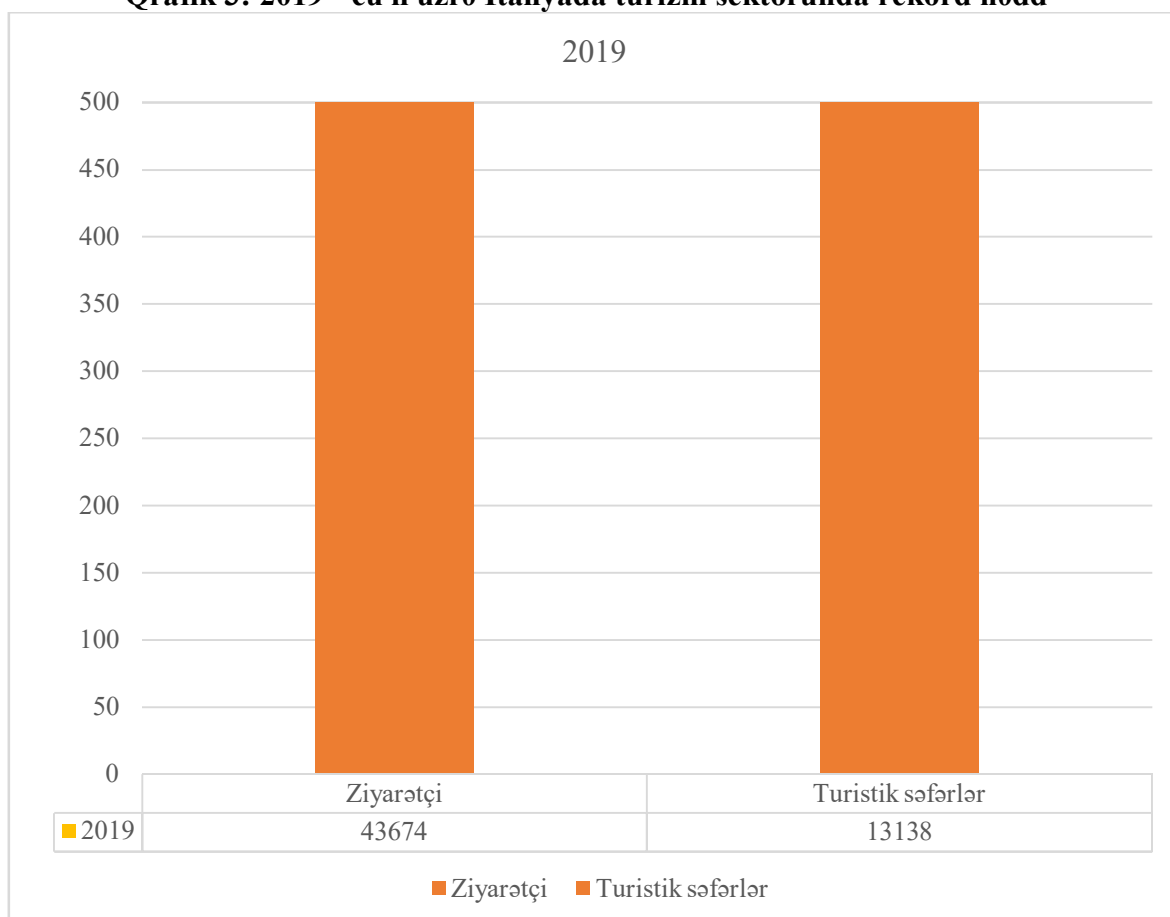
Ölkə ərazisində mövcud olan minlərlə ibadət yeri, orta əsr kəndləri, saraylar və tarixi maraq doğuran yaşayış yerləri hələ də İtaliyanın turistik əzəmətini əks etdirir.

2019-cu ildə İtaliyada turizm öz tarixi rekordunu qırmışdır. Bu zaman ölkəyə böyük turist axını baş vermişdir. Qərbi dünyasının ən böyük turizm destinasiyalarından biri hesab edilən İtaliyaya səfər edənlərin sayı 436,74 milyon ziyarətçiyə (2018-ci illə müqayisədə 1,8 % daha çox) və 131,38 milyon turisti (2018-ci illə müqayisədə 2,6 % daha çox) çatmışdır (<https://italiaindati.com/turismo-in-italia/>).

Ümumi turistlərin 220,7 milyonu xarici turistlərin payına düşür; ümumi gələnlərin təxminən yarısı yəni, 50 %-i isə əcnəbilərin payına düşür (<https://italiaindati.com/turismo-in-italia/>).

2018-ci ildə qeydə alınan ümumi turist səfərlərinin təxminən 85%-ni bayram günlərini keçirmək üçün olan səyahətlər, 15%-ni isə biznes məqsədləri üçün edilən səfərlər təşkil etdiyi təxmin edilmişdir.

Qrafik 3: 2019 - cu il üzrə İtaliyada turizm sektorunda rekord hədd



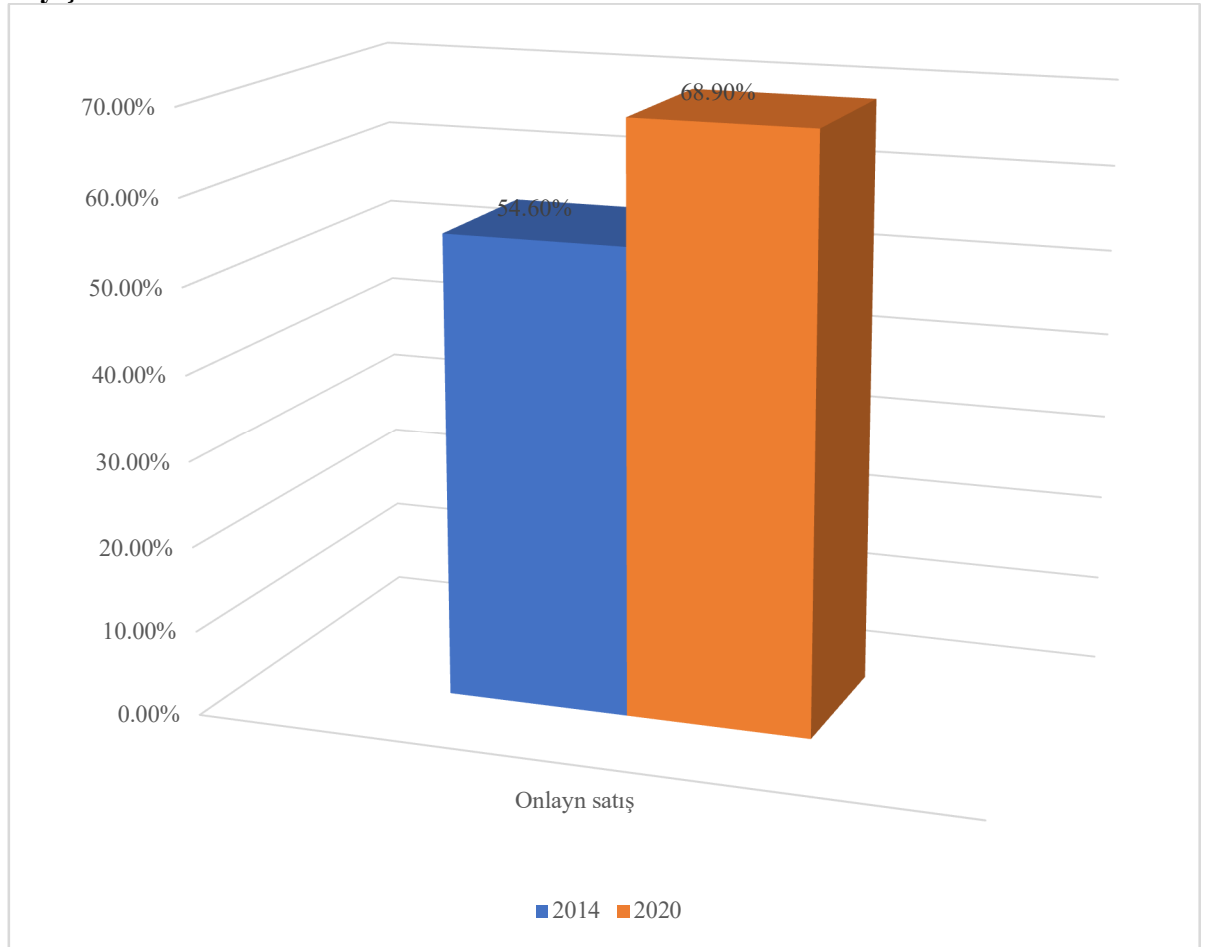
Mənbə: <https://italiaindati.com/turismo-in-italia/> - Tourism in Italy 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

2019-cu ildə italyanların öz ölkəsindəki tətilləri əvvəlki ilə nisbətən azalaraq 71,88 milyon (411,15 milyon gecələmə) olmuşdur. Bayramlar ümumi səfərlərin 89%-ni təşkil etmişdir. Bayram səfərləri turist gecələmələrinin 93,4%-ni əhatə edir. Yay fəslində əhalinin 37,8%-i ən az bir dəfə tətillə çıxmışdır. (https://www.adnkronos.com/i-numeri-del-turismo-in-italia_BK08GqbK1T5PselGIY7TN?refresh_ce).

Son bir neçə ildə turistik yaşayış yerlərini və tətillərində yerləri bron etmək üçün internet resurslarından istifadə (birbaşa və yaxud onlayn agentliklər vasitəsilə) xeyli artmışdır və 2020-ci ildə bu göstərici 68,9%-ə yüksəlmişdir (https://www.adnkronos.com/i-numeri-del-turismo-in-italia_BK08GqbK1T5PselGIY7TN?refresh_ce).

Son illərdə satışın onlayn formasından istifadədə artım qeydə alınmışdır ki, pandemiya dövründə bu resurslardan istifadə daha da genişlənmişdir.

Qrafik 4: Pandemiya dövründə turizm dinamikasında onlayn satış göstəricilərindəki dəyişiklik



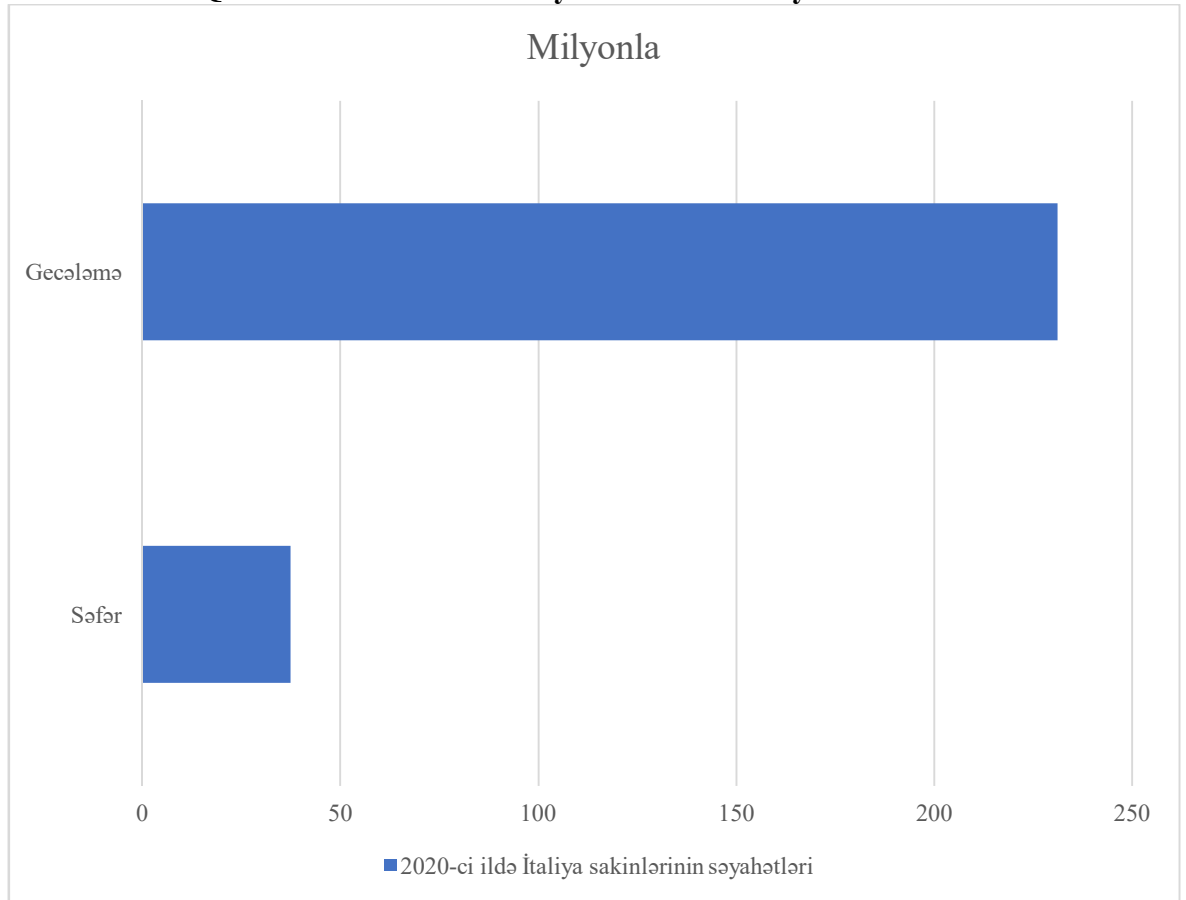
Mənbə: <https://italiaindati.com/turismo-in-italia/> - Tourism in Italy 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Toskana, Emilia-Romanya, Latsio, Lombardiya və Veneto italyanların ən çox ziyarət etdiyi beş İtaliya bölgəsi olaraq təsdiqlənmişdir. Trentino-Alto-Adice ilə birlikdə bu altı bölgə daxili səfərlərin cəmi 52,7%-ni tutmuşdur (https://www.adnkronos.com/i-numeri-del-turismo-in-italia_BK08GqbK1T5PselGIY7TN?refresh_ce).

Qrafikdən də görüldüyü kimi, 2020-ci ildə İtaliya sakinlərinin səyahətləri ən aşağı səviyyəyə çatmışdır: 37,5 milyon səfər (-47,8 %), 231,2 milyon gecələmə (-43,5 %).

Ən əhəmiyyətli azalma pandemiya əvvəl başlayan struktur fenomen olan işgüzar səyahət segmentində (-68 %) müşahidə olunur. Tətilərə gəldikdə isə, İtaliyadakı tətil istiqamətlərində 2019 və 2020-ci illər arasında 37 % mənfi dəyişiklik qeydə alınmışdır (<https://www.adnkronos.com/i-numeri-del-turismo-in->

Qrafik 5: 2020-ci ildə İtaliya sakinlərinin səyahətləri



Mənbə: <https://italiaindati.com/turismo-in-italia/> - Tourism in Italy 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Pandemiyadan sonrakı dövr üçün turizm sahəsində İtaliyada qeydə alınan göstəriciləri aşağıdakı kimi ümumiləşdirə bilərik:

a) İtaliyada turizm son dərəcə vacibdir. Təxminən 1,4 milyon işçi, 33 000 mehmanxana və 183 000 qeyri-mehmanxana biznesi var.

b) 2021-ci ilin əvvəlində İtaliya Çinlə birlikdə YUNESKO tərəfindən dünya irsi zonası kimi tanınan ən böyük ərazilərə malik ölkədir. 2019-cu ildə Bel Paese (İtaliyanın qeyri-rəsmi tanınan adı) əcnəbilərin ən çox ziyarət etdiyi beşinci ölkədir.

c) 2020-ci ildə cəmi turistlər 55,7 milyon (2019-cu ildə 131 milyon), onlardan təxminən 16,5-i (2019-cu ildə 65 milyon) xaricilərdir. Bu zaman COVID-19 pandemiyası səbəbindən kəskin azalma qeydə alınmışdır

(<https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/>).

Xarici turistlərin əksəriyyəti Almaniyadan gəlir. Kolizey, Uffizi Qalereyaları

və Pompey İtaliyanın ən çox ziyarət edilən yerləridir. Roma, Venesiya və Milan ən çox ziyarət edilən şəhərlərdir.

d) 2020-ci ildə İtaliyada sakinlərin səyahətləri həm bayram həm də işgüzar səfərlərdə ən aşağı həddə çatmışdır:

e) Tədqiqatın əsas nəticələri göstərir ki, daxili turizm iqtisadi dirçəlişdə əsas amil olaraq, UNWTO Ekspertlər Panelinin daxili turizmin beynəlxalq turizmdən daha sürətli bərpasını gözlədiyi proqnozları ilə üst-üstə düşür (Marco A.G. 2020: s.120-121).

COVID-19-a qarşı sağlamlıqla əlaqəli amillər italyalıları üçün bir turistik zonaları ziyarət etməyə qərar verərkən yüksək prioritet hesab olunur. Bu, həm də yoluxma ehtimalı baxımından respondentlərə daha yüksək təhlükəsizlik təminatı verən daxili turizm fəaliyyətini həyata keçirmək qərarına təkan verən amillərdən biri olmuşdur.

Potensial yerli turistlər qohumlarının müşayiəti ilə 2-3 gün davam edən qısamüddətli turizmə üstünlük verirlər. Ziyarət etmək üçün sevimli yerlər qorunan ərazilərdə təbiət turizmi ilə əlaqələndirilir. Ümumiyyətlə, bəzi ərazilərə üstünlük verilməsi seçimi pandemiya əvvəlki, həmçinin, pandemiya dövründə böyük dəyişikliklərə məruz qalmır (<https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/>).

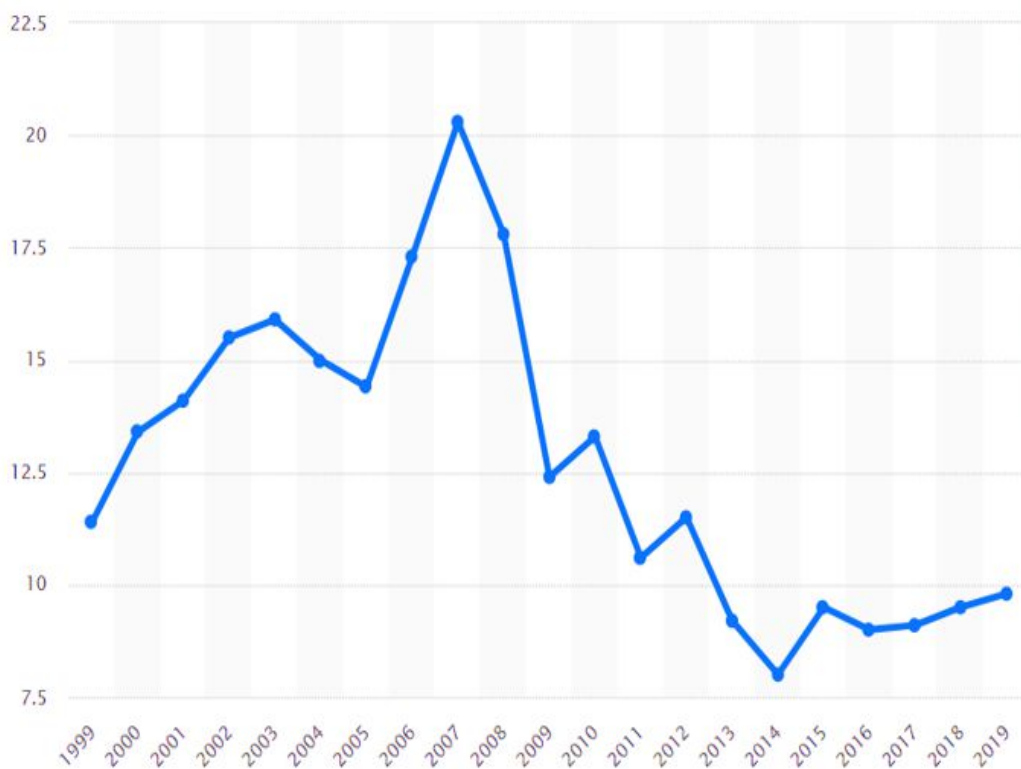
Bütün bu qeyd edilənlər İtaliyada daxili turizm sahəsində pandemiyanın zərərini minimuma endirmək üçün tədbirlərin daha da gücləndirilməsini tələb edən amillərdir.

2.3. Turizm sektoruna qoyulan investisiyalar

Intesa Sanpaolo bank qrupunun apardığı araşdırmaya görə, İtaliyanın turizm sektoruna qoyulan investisiyalar 185 milyard avro dəyərindədir ki, bu da ölkənin ÜDM-nin 12%-ni və İtaliyadakı iş yerlərinin 13%-ni təşkil edir (Marco A.G. 2020: s.133).

Turizm dünya miqyasında getdikcə iqtisadi inkişaf üçün əsas amilə çevrildiyindən, Avropa İttifaqı və Çindən olan nümayəndələr bu sektorda əməkdaşlığın və investisiyaların artırılması barədə razılığa gəlmək üçün Venesiyadakı Dojlar Sarayında görüşmüşdür. (<https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/>).

Şəkil 2: 1999-2019-cu illərdə İtaliyada səyahət və turizmə kapital qoyuluşu (milyard avro)



Mənbə: <https://www.statista.com/statistics/628776/tourism-industry-capital-investment-italy-dollars/#statisticContainer> - investment on tourism sector 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Qrafikə əsasən deyə bilərik ki, İtaliyada səyahət və turizmə kapital qoyuluşu 2010-2019-cu illər arasında tərəddüdlü dəyişmişdir. 2010-cu ildə bu 13,3 milyard avro təşkil etmişdir. 2019-cu ildə 9,8 milyard avroya yüksəlmişdir (Marco A.G. 2020: s.155).

Pandemiya zamanı 2020 - ci ildə isə İtaliyaya 3,79 milyon çinli turist səfər etmiş və mərasimin sonunda İtaliya və Çin YUNESKO-nun Ümumdünya İrs obyektlərinin mərkəzləşdirilməsini ehtiva edən bir protokol imzalamışdır (Soydan H.S. 2020: s.203).

İtaliyanın ən böyük banklarından biri olan Intesa Sanpaolo Mədəniyyət Nazirliyi ilə sövdələşməyə imza atmış və bununla da növbəti üç il ərzində İtaliyanın turizm sektoruna 5 milyard avro investisiya edilməsi qərara alınmışdır (Soydan H.S. 2020: s.211).

Pulun böyük hissəsi daha çox binanın mədəni istifadəyə verilməsi üçün bərpa və yenidənqurma layihələrinə yönəlmişdir. Pul, həmçinin texnoloji innovasiyalara, yerləşdirmənin müasirləşdirilməsinə və turizm sektoru işçilərinin hazırlanmasına xərclənəcəkdir.

Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi İtaliyada bir çox bərpa layihələrində iştirak edir. Son illərdə dəb və qida sektorunda tanınmış şirkətlərin bir sıra özəl donorları turistlər tərəfindən sevilən yerlərin bərpasını maliyyələşdirmişdirlər (Soydan H.S. 2020: s.222).

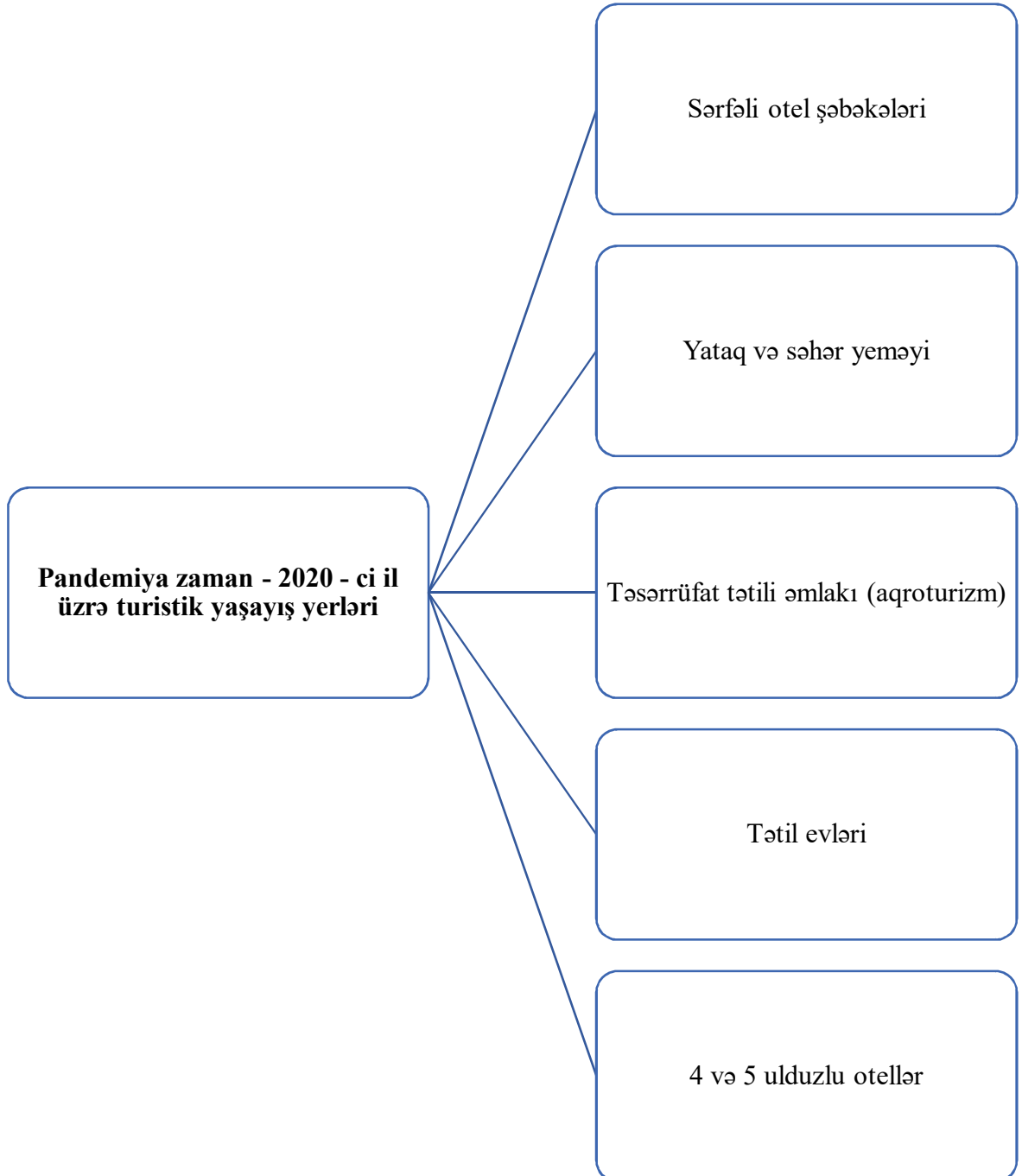
2020 - ci ildə aviaşirkətlər daha çox İtaliya marşrutlarına sərmayə qoymuşdur. İtaliyada turistlərə məşhur hava yolları tərəfindən yaxşı xidmət göstərilməsi olduqca vacibdir. Son bir neçə il ərzində İtaliyaya getdikcə daha çox marşrutlar açılır. Bütün bunlar pandemiyaqı qapanmalara baxmayaraq İtaliyaya səfərləri asanlaşdırmışdır.

Cazibədar təbii mühiti, zəngin mədəni irsi, zəngin tarixi abidələri və Dünya İrsi obyektləri, məşhur sənətkarlıq yeməkləri və şərabı ilə 95 milyona yaxın beynəlxalq səyahətçinin 2019-cu ildə tətilləri kimi İtaliyanı seçməsi təəccüblü deyil (<https://www.istat.it/en/>).

İtaliya 2019-cu ilə qədər son 20 il ərzində turistlərin sayında nisbətən sabit artım dövrü keçirmiş və 5 illik orta illik turist sayı 88 milyon olmuşdur. 2019 - cu ildə investisiya qoyulan sahələr üzrə turizm sektorunda 1,5 milyondan çox iş yeri yaradılmış və İtaliya turizm sektorunda iqtisadi artıma görə dünyanın ilk 5 ölkəsindən biri olmuşdur (<https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/>).

Qlobal COVID-19 pandemiyasının 2020-ci ilin yazında baş verdiyi dövrdə İtaliyada təxminən 34.000 mehmanxana və turist tətill yerləri var idi. 2020 - ci il üzrə tətill yerlərinin əksəriyyəti aşağıdakılardan ibarət olmuşdur (<https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/>):

Sxem 1: Pandemiya zamanı - 2020 - ci il üzrə turistik yaşayış yerləri



Mənbə: <https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/> - investment promotion bonus 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

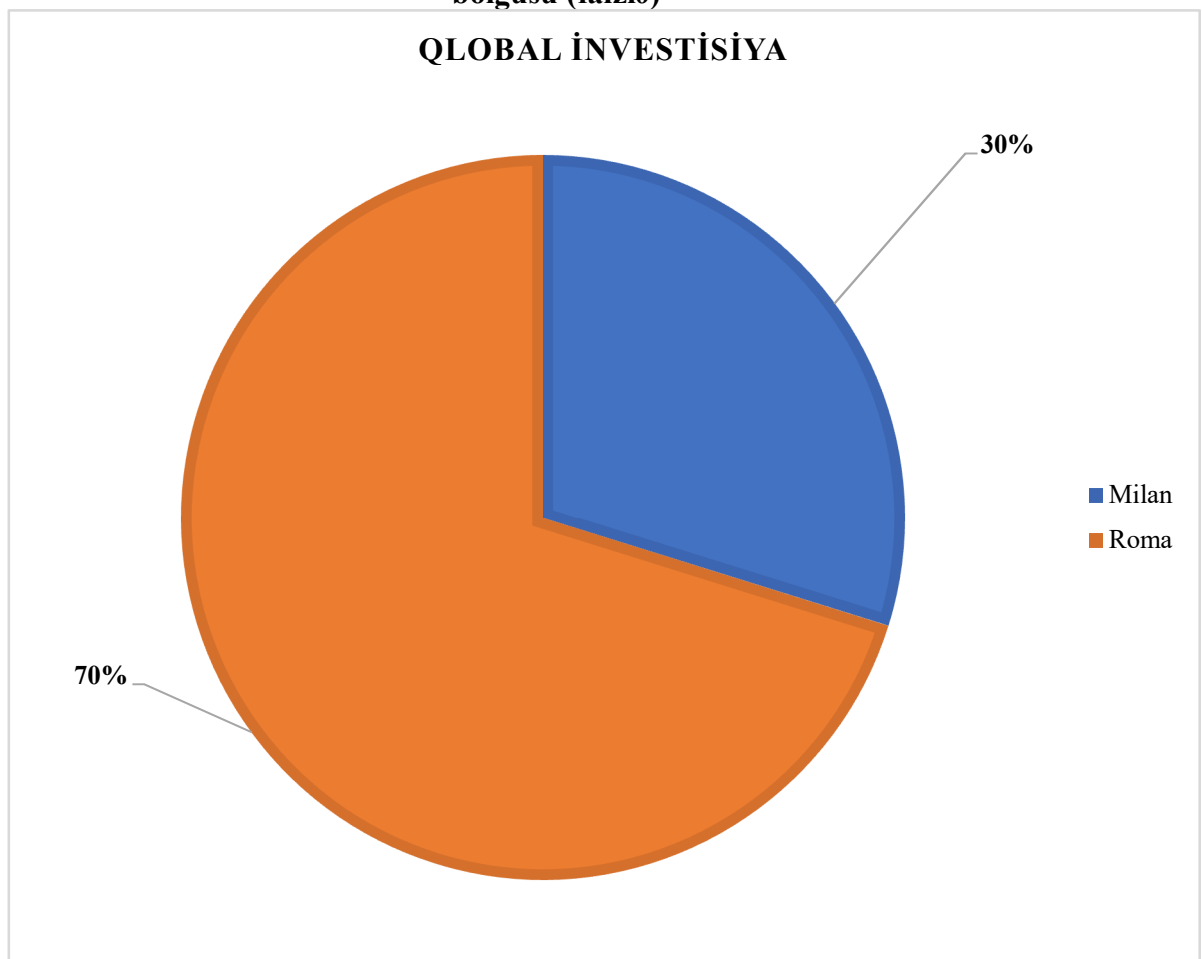
Gecələmələrin 35%-ni 4 və 5 ulduzlu otellər təşkil edir. İtaliyada turistlərin qaldığı yerlər öz ölçüləri, obyekt standartları və mülkiyyəti ilə fərqlənir. İtaliyada

tipik bir otel orta ölçülüdür.

UniCredit-in 2019-cu il sorğusu, bir İtalyan otelinin orta ölçüsünün 30 qonaq otağından ibarət olduğunu və 80%-nin tək müstəqil sahibkara və ya ailəyə məxsus olduğunu bildirmişdir. Bu sahibkarlıq obyektlərinin keyfiyyəti orta səviyyədən aşağıdır.

Roma və Milan kimi şəhərlərdə bir çox yaşayış yerləri bərpa edilmiş və təkmilləşdirilmişdir. Ancaq bu, əksər digər bölgələr üçün belə deyil. Həm mülkiyyət xüsusiyyətlərində, həm də keyfiyyət standartlarında bu tendensiyalar bir sıra dəyişikliyə məruz qalmışdır (<https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/>).

Qrafik 6: İtaliyanın iki əsas turistik şəhərinə qoyulan investisiyaların 2020-ci ildə pay bölgüsü (faizlə)



Mənbə: <https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/> - investment promotion bonus 2021, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

2019-cu ildə qonaqpərvərlik sahəsinin daşınmaz əmlak bazarına investisiyalar

2,5 milyard avronu keçmişdir ki, bunun da 70%-i xarici investorların payına düşmüşdür (<https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/>).

İtaliyanın incəsənət şəhərləri 2020 - ci ildə həm xarici, həm də italyan investorlarının diqqətini çəkmişdir. Son 5 ildə Milan, Roma, Florensiya və Venesiya ən çox investor cəlb edən şəhərlərdəndir.

2020-ci ildə paytaxt Romada qlobal investisiyaların 40%-i, Milanın isə 17%-lik payı ilə investor marağında artım müşahidə olunmuşdur (<https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/>).

Ən son kommertiya daşınmaz əmlak bazarının təhlili inkişaf edən daha bir tendensiyanı müəyyən edir: xarici investorlar qonaqpərvərliyə həsr olunmuş yeni mülklərin tikintisinə, eləcə də mövcud olanların alınmasına maraq göstərmişdir (Soydan H.S. 2020: s.111).

2020-ci il sorğusu göstərir ki, dünyaca məşhur bir neçə otel şəbəkəsi müstəqil sahibkarlıq müəssisələrini satın alaraq İtaliya bazarına daxil olmağa başlayıb. İtaliyada mədəni turizm də müəyyən dərəcədə davamlıdır, çünki köhnə şəhər mərkəzləri əsas məhdudiyyətlərə görə yeni binalardan çox təmirə üstünlük verir (Soydan H.S. 2020: s.113).

Turizm və qonaqpərvərlik sektorunda biznes qurmaq məqsədi ilə kommertiya əmlakı almaq hələ də sərfəli investisiyadırmı? Göstəricilər İtaliyanın böhrandan uğurla geri dönəcəyinə və çox güman ki, İtaliyanın COVID-19-un yaratdığı iqtisadi böhran vəziyyətinin öhdəsindən gələ biləcəyi bir vasitə olacağına işarədir (Soydan H.S. 2020: s.123).

2021-ci ilin yay turizm mövsümü artıq bərpa əlamətləri göstərmiş və 2022-ci ilin yayında 33 milyondan çox turistin İtaliyaya səfər edəcəyi proqnozlaşdırılır ki, bu da 2021-ci ilə nisbətən 20% çoxdur.

Biz inanırıq ki, İtaliyada kommertiya daşınmaz əmlakına investisiya etmək hələ də sağlam investisiyadır. İKT Hərracının öz onlayn daşınmaz əmlak auksion portalının Daşınmaz Əmlak Endirimindən vektor kimi istifadə edərək topladığı məlumatlar çoxlu investisiya imkanlarının olduğunu göstərir (Soydan H.S. 2020: s.167).

III FƏSİL. İSPANİYADA PANDEMİYADAN ƏVVƏL VƏ SONRA TURİZM SEKTORU

3.1. Xarici turistlərin sayında dəyişmə

Araşdırmamız zamanı məlum olmuşdur ki, İspaniyanın sənaye, ticarət və turizm naziri Reyes Maroto 2018-ci ildə ölkəyə gələn xarici turistlərin sayının yeni rekordla 82,6 milyon nəfər olduğunu açıqlamışdır (Arbulú I., Razumova M., Rey-Maqueira J. 2021: s.165).

Mətbuata açıqlama verən Maroto 2018-ci ildə İspaniyaya gələn turistlərin sayının əvvəlki ilə nisbətən yüzdə 0,9 artıb rekord qıraraq 82,6 milyona çatdığını bildirmişdir. Maroto İspaniyaya gələn xarici turistlərin xərclərində əhəmiyyətli artım olduğunu, xarici turistlərdən əvvəlki ilə görə 3,1% artımla təxminən 90 milyard avro gəlir əldə edildiyini ifadə etmişdir.

Turizm sektorunun İspaniya iqtisadiyyatının “mühərriki” olmağa davam etdiyini vurğulayan Maroto, ən yüksək məşğulluğun bu sektorda təmin edildiyini ifadə etmişdir.

Pandemiya dövründə ölkə turizmə mümkün təsirləri minimuma endirmək üçün çalışır. İspaniyaya gələn xarici turistlərin sayı 75 milyonu keçdiyi 2016-cı ildən bəri hər il yeni rekordlar qırır (Arbulú I., Razumova M., Rey-Maqueira J. 2021: s.168).

İspaniyanın milli iqtisadi həyatında turizm sənaye və biznes/bank sektorlarından sonra üçüncü ən böyük sahədir və İspaniyada ÜDM-nin təxminən 10-11%-ni təşkil edir.

1960 və 1970-ci illərdən bəri ölkə yay tətilləri üçün məşhur bir yerə çevrilmişdir, xüsusilə İrlandiya, Böyük Britaniya, Fransa, Almaniya, İtaliya, Belçika, Niderland və ABŞ-dan çoxlu sayda turist cəlb edir. Müvafiq olaraq, İspaniyanın xarici turizm sənayesi dünyanın ikinci ən böyük sənayesi olmuşdur. 2019-cu ilin fevral ayına olan məlumata görə, İspaniya TourismRank beynəlxalq turizm reytingində dünyada birinci yerdədir.

Pandemiyadan əvvəl 2018-ci ildə İspaniya 82,8 milyon turistlə dünyanın ən çox ziyarət edilən ikinci ölkəsi olmuşdur. Dünya İqtisadi Forumunun 2019-cu ildə dərc

etdiyi yarım illik Səyahət və Turizm Rəqabətlik İndeksində İspaniya 140 ölkə arasında 2017 və 2015-ci illərdə indiyə qədər əldə edilmiş yüksək mövqelərə uyğun olaraq birinci yerdədir. The Economist 2005 siyahısına görə, İspaniya dünyada həyat keyfiyyətinin ən yüksək olduğu 10-cu yerdədir (<https://www.unwto.org/>).

İspaniyaya pandemiyadan əvvəlki dövrdə - 2018 - ci ildə səfər edən turistləri mənşə ölkələrinə uyğun aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

Cədvəl 2: Pandemiyadan əvvəlki illərdə müxtəlif ölkələrdən İspaniyaya səfər edən turistlərin göstəriciləri.

Sıra	Ölkə	2017	2018
1	Birləşmiş Krallıq	18,806,776	18,502,722
2	Almaniya	11,897,376	11,414,481
3	Fransa	11,267,269	11,343,649
4	İtaliya	4,222,865	4,382,503
5	Hollandiya	3,704,549	3,848,545
6	ABŞ	2,637,484	2,949,710
7	Belçika	2,474,720	2,500,278
8	Portuqaliya	2,137,880	2,346,405
9	İrlandiya	2,046,123	2,049,272
10	İsveçrə	2,059,201	1,884,783
11	Rusiya	1,150,055	1,222,426
12	Argentina	746,498	714,774
13	Çin	514,777	649,032
14	Brazilya	467,508	558,674
15	Yaponiya	444,518	550,681
16	Meksika	450,822	499,803
17	Cənubi Koreya	446,069	490,631
18	Kanada	488,217	446,719
19	İsrail	269,264	317,696
20	Türkiyə	290,280	292,949
	Şimali Avropa	5,826,548	5,783,558
	Digər Avropa	5,543,011	5,980,237
	Ümumi beynəlxalq ziyarətçilər	81,868,522	82,773,156

Mənbə: <https://www.ine.es/en/> - Comité Estatal de Estadística de España 2021.

İspaniyanın milli hava yolları şirkəti “Iberia”-dır, lakin ölkə bir çox beynəlxalq

sərnişin aviaşirkətlərinə və çarter hava yollarına daxil ola bilir. Turistlər İspaniyaya avtomobil, dəmir yolu və su yolu ilə də səyahət edirlər. Turist şəhərlərini birləşdirən İspaniya avtomobil yolları da Pireneydəki Fransız avtomobil yolları şəbəkəsinə bağlıdır.

Əsas qatar operatoru AVE (İspaniya qatar yolları şəbəkəsi) və ya Talgo şəhərlərarası xidmətləri də daxil olmaqla RENFE-dir. İspaniyanın yüksək sürətli dəmir yolu xətti Avropada ən böyük və Çindən sonra dünyada ikinci ən böyükdür. Transcantábrico kimi bir çox yüksək səviyyəli turizm otel qatarı xidmətləri də var (<https://www.unwto.org/>).

Bəs turistləri İspaniyaya gəlməyə həvəsləndirən aspektlər nələrdir?

Bu ölkə IE Business School, ESADE və ya IESE Business School kimi dünyanın ən məşhur biznes məktəblərinə ev sahibliyi etməklə yanaşı, İspaniya xaricdən gələn tələbələr üçün məşhur bir yerdir. Xüsusilə, 2010-11-ci tədris ilində İspaniya Erasmus proqramı üzrə ən çox tələbə qəbul edən Avropa ölkəsi olmuşdur.

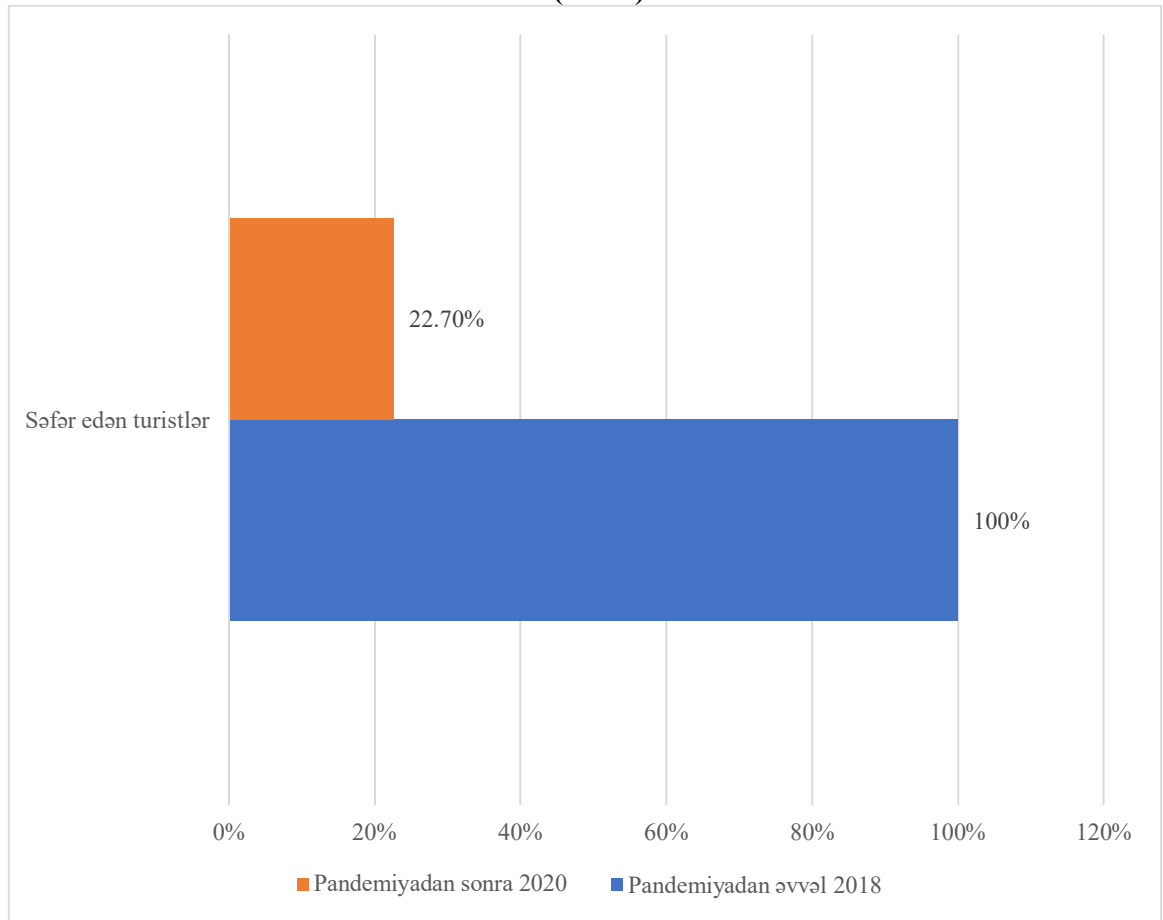
İspaniya xristian dini üçün mühüm yerlərdəndir. Əslində, Katolik Kilsəsi üçün ən müqəddəs yerlərdən bəziləri İspaniyadadır: Qalisiyadakı Santyaqo de Kompostela şəhəri (Şimali-Qərbi İspaniya) Romadakı Vatikandan və Yerusəlimdən sonra üçüncü müqəddəs yer sayılır. Kantabriya (həmçinin İspaniyanın şimalında) dördüncü, cənub-şərqdəki Karavaka de la Kruz (beşinci ən müqəddəs yer) ardınca gəlir. Bu yerlər dünyanın hər yerindən zəvvarları və turistləri cəlb edir (Archer B. 2020: s.78).

Turistləri ölkəyə cəzb edən digər bir faktor isə festivalların təşkildir. Əksər festivallar himayədar müqəddəslər, əfsanələr, yerli ənənələr və folklor şərəfinə təşkil edilir. Ən unikalaları arasında Sevilya Sərgisi (İspan dilində Feria de Abril), Almontedəki Romeria de el Roçio, Huelva, Pamplonadakı Buğaların qaçışı, Valensiyadakı Fallas və Tomatina və Saraqosadakı Fiestas del Pilar və başqaları vardır.

İspaniya turizm tarixinin ən pis ilini geridə qoyarkən, 2020-ci ildə ölkəyə gələn turistlərin sayı bir əvvəlki ilə görə 77,3% azalaraq 18,9 milyon olmuşdur. Nəzərə alsaq ki, pandemiya əvvəl ölkəyə səfər edən turistlər 100% təşkil etmişdir, bunu

aşağıdakı qrafiklər bu cür ifadə edə bilərik (Archer B. 2020: s.116).

Qrafik 7: 2020 - ci ildə İspaniyaya gələn turistlərin 2018-ci il göstəricilərindəki pay nisbəti (faizlə)



Mənbə: <https://www.ine.es/en/> - Comité Estatal de Estadística de España 2021.

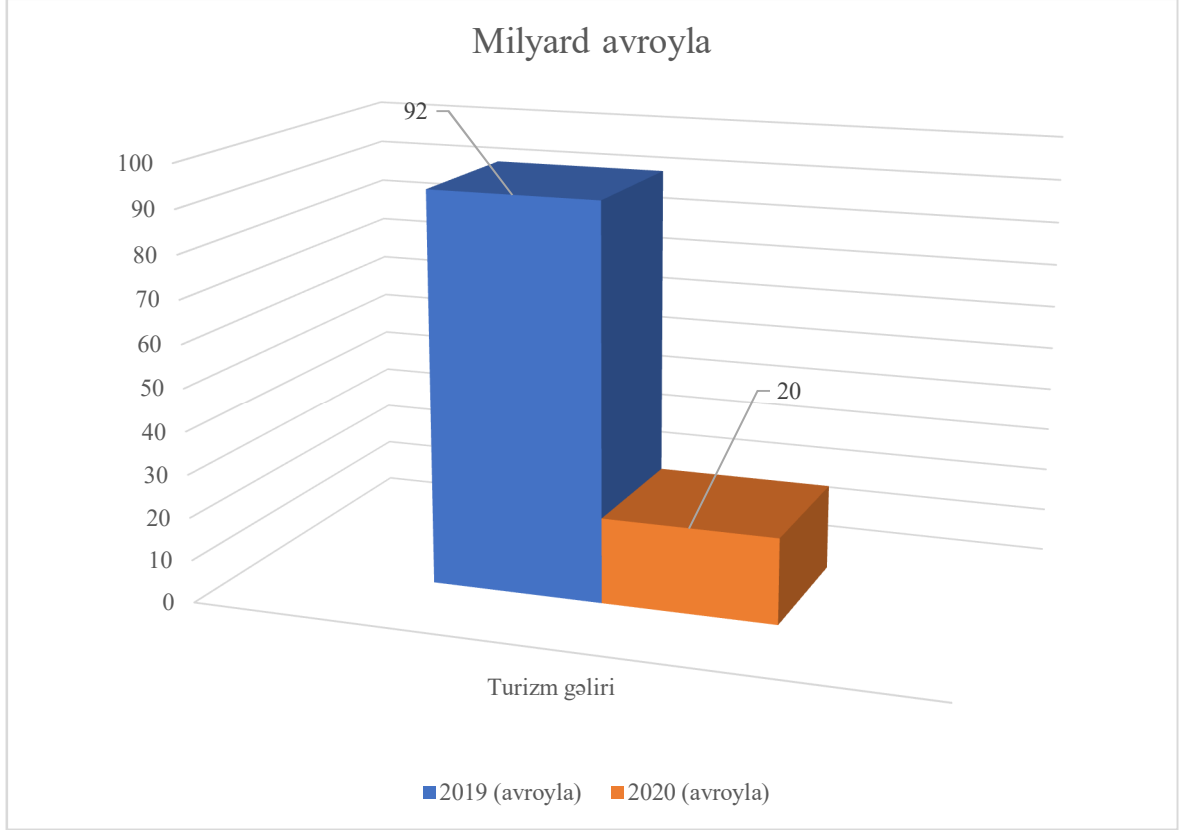
Qrafikdən də məlum olduğu kimi, yeni növ koronavirus (COVID-19) epidemiyasının bütün dünyaya olduğu kimi İspaniyaya da turizm sektoruna mənfi təsir etdiyi görünür.

İspaniya Milli Statistika İnstitutunun (INE) açıqladığı məlumatlara görə, İspaniya 2020-ci ildə turizm tarixində ən pis ili keçirmişdir. Həmin il ölkəyə 18,9 milyon turist gəlmişdir ki, bu əvvəlki illə müqayisədə 77,3 faiz azlıq təşkil edir. (<https://www.statista.com/statistics/761047/capital-investment-in-the-travel-and-tourism-sector-in-spain/>).

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Ümumdünya Turizm Təşkilatının hesabatlarında Fransadan sonra 2019-cu ildə 83,5 milyon ilə dünyada ən çox turist qəbul edən ikinci ölkə olan İspaniya, 2020-ci ildən bəri ilk dəfə 20 milyon turist səviyyəsinin aşağısına düşmüşdür.

Ümumiyyətlə, turizm gəlirlərində tarixi bir azalma yaşayan ölkənin bu sektordan 2019-cu ildə 92 milyard avro olan gəliri 2020-ci ildə 78,5% azalaraq 20 milyard avroya düşmüşdür (<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ispanya-gecen-yil-rekor-sayida-turist-agirladi/1366706>).

Qrafik 8: İspaniyada 2019 və 2020 - ci il üzrə turizm gəliri



Mənbə: <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ispanya-kovid-19un-etkisiyle-2020de-turizmde-en-kotu-yilini-gecirdi/2132442> - İspaniyada son durum 2021.

2019-cu illə müqayisədə 2020-ci ildə turistlərin sayı 64,6 milyon, turizm gəliri isə 72 milyard 172 milyon avro azalmışdır. Ümumi Daxili Məhsulda (ÜDM) turizmin 13% payına sahib olan günəşli Avropa ölkəsi, COVID-19-dan əvvəl 7 il ardıcıl olaraq turizm gəlirlərində ən yüksək səviyyəyə çatmışdır. Mütəxəssislər pandemiya və səyahət məhdudiyyətləri səbəbindən 2022-ci ilin birinci rübü üçün turizmdə əvvəlki rekord canlanmanı gözləyirlər.

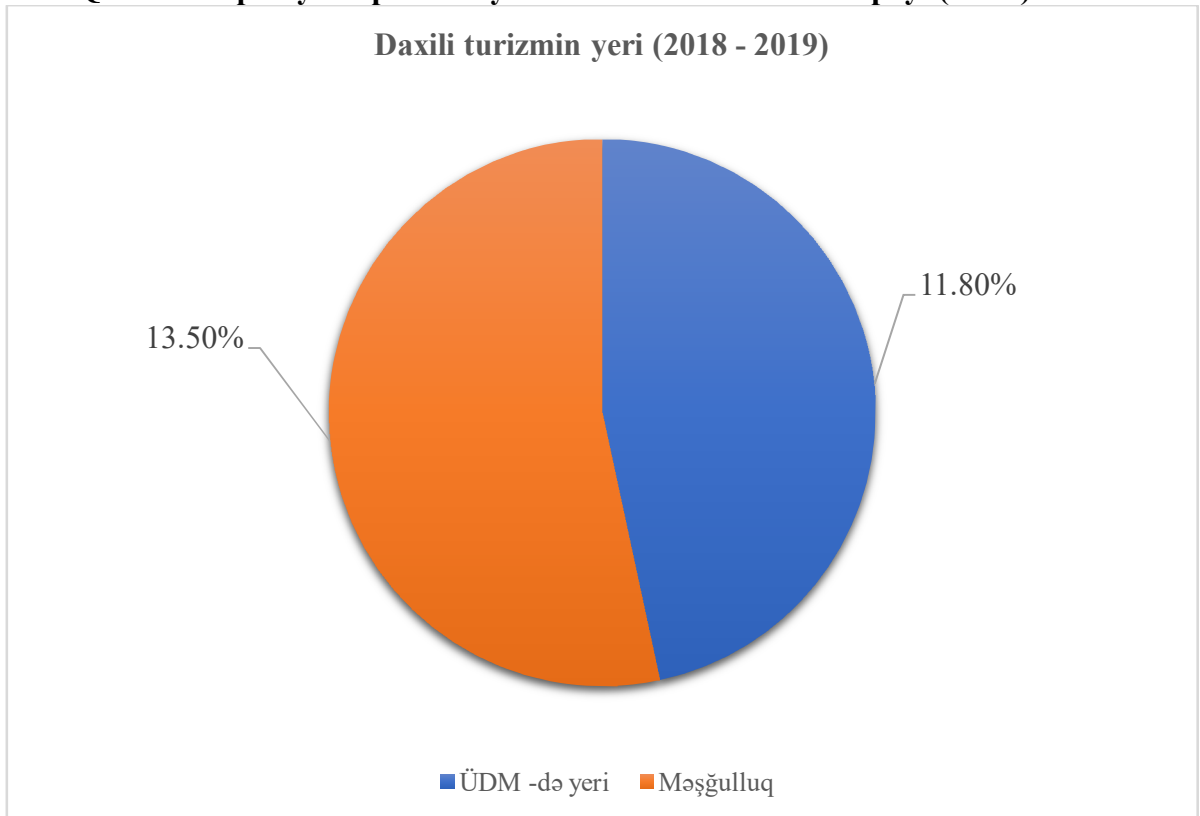
Milli Statistika İdarəsinin verdiyi açıqlamaya görə, İspaniya 2020-ci ilin iyun ayında 8 milyon 828 min ziyarətçi qəbul etmişdir. İspaniya iqtisadiyyatı 2019-cu illə müqayisədə cəmi bir ayda 9,5 milyard avro itirmişdir. Ölkədə epidemiya nəzarət altına alınmadığı üçün iyul və avqust aylarında da oxşar itkilər olmuşdur.

Nəticə etibarlı ilə deyə bilərik ki, koronavirus pandemiyasından ən çox zərər çəkən Avropa ölkələrindən biri olan İspaniya turizm sektorunda böyük itkilər vermişdir. Ölkənin ən mühüm iqtisadi qaynaqlarından biri olan turizm gəlirləri pandemiyanın ilk dövründə 2019-cu illə müqayisədə yarımbarı azalmışdır.

3.2 Daxili turizmin dinamikası

Daxili turizm İspaniya iqtisadiyyatının təməl daşlarından biridir, iqtisadi və sosial inkişafın əsas təməlidir. Turizm 2017-ci ildə ÜDM-in 11,8%-ni, 2018-ci ildə məşğulluğun 13,5%-ni təmin etmişdir. Turizm ölkənin ticarət kəsirini 62,5 milyard avro təşkil edən turizm gəlirləri ilə kompensasiya etməyə əhəmiyyətli töhfə verməkdə davam edir.

Qrafik 9: İspaniyada pandemiya əvvəl daxili turizmin payı (faizlə)

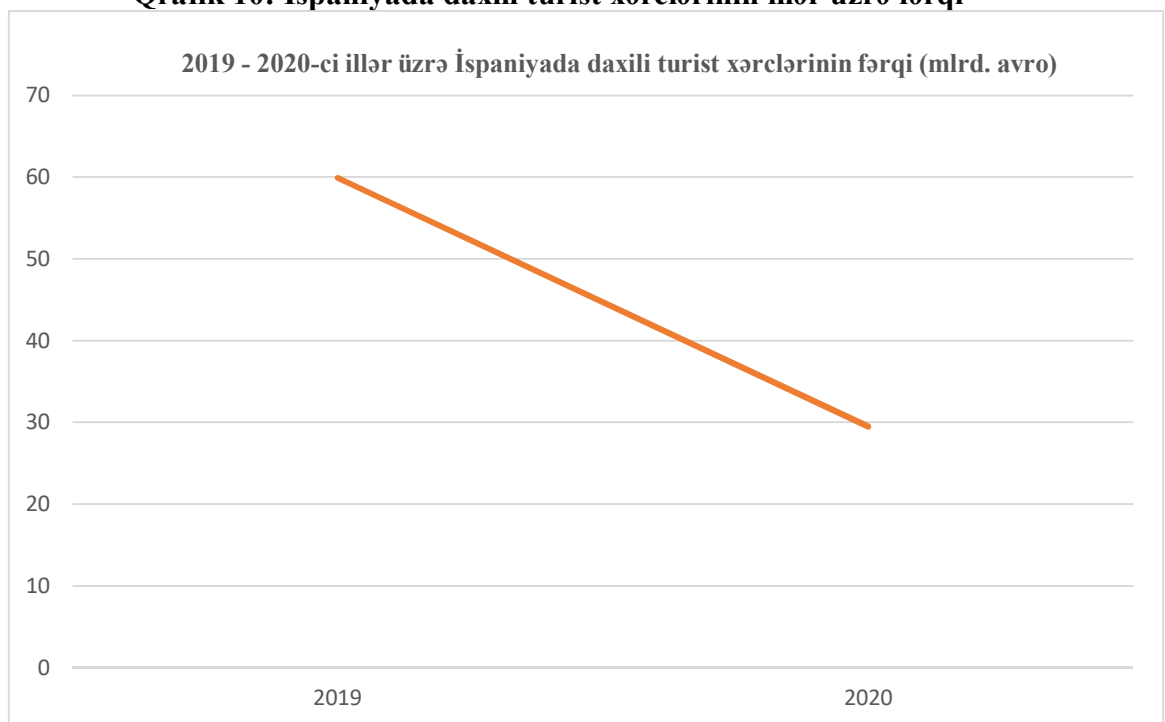


Mənbə: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8ed5145b-en/index.html?itemId=/content/component/8ed5145b-en> – tourism in Spain 2021.

Baxmayaraq ki, İspaniya beynəlxalq turizmin əsas mərkəzlərindən biri hesab edilir, ispanlar yerli turizmin də əsas təkanverici qüvvəsi sayılır. 2019-cu ildə ispanlar ölkə daxilində 170 milyondan çox səyahət ediblər (Lopez, 2021). Verilənlər

daxili turizmin beynəlxalq turizmə nisbətən daha tez stabilləşdiyini göstərir. İspan xalqının səyahət davranışı Mərkəzi və Şimali Avropalılardan fərqli olaraq daha cəmiyyət yönümlüdür. 2020-ci ildə daxili turların əksəriyyəti yaxın qohum və tanışların ziyarəti ilə bağlı olmuşdur. Səyahət edənlərin yarısından çoxu ailə yaxud tanışları ilə birgə səyahət etdiklərini açıqlamışdır. İspanların 45-60 yaş arası qrupa daxil olan və daha yüksək təhsil səviyyəsinə malik olanlarının səyahətə üstünlük verdiyi məlum olmuşdur. Orta təbəqənin turist xərclərində üstünlüyü mövcuddur (Lopez, 2021). Daxili turların böyük qismini pandemiya və onun gətirdiyi böhranın stresini azaltmağa kömək edən kənd və düşərgə tipli psixoloji rahat turlar təşkil edir. Belə bölgələrə bağlı mənzil kirayəsi və mehmanxanalar daha tez “sağalan” alt sahələrdən olmuşdur. İspaniyanın beynəlxalq turizm üzrə ixtisaslaşmış bölgələri daha geniş təkliflər təqdim etməsə də, daxili turizm onun böhrandan çox ciddi zərər görməsinin qarşısını ala bilmişdir. 2019-cu ildə daxili turizm xərcləri 59 milyard avro, 2020-ci ildə isə 29 milyard avro təşkil etmişdir

Qrafik 10: İspaniyada daxili turist xərclərinin illər üzrə fərqi



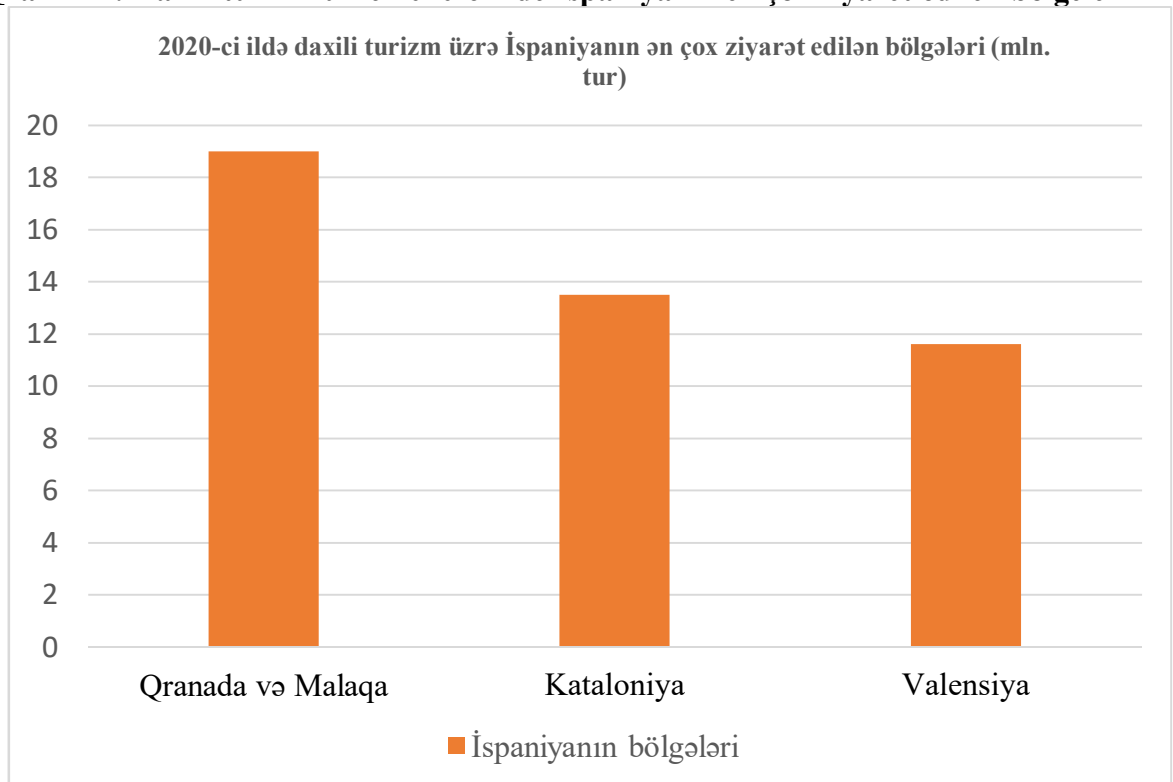
Mənbə: İspaniya Statistika İnstitutu (INE), www.statista.com, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

İspaniya hökuməti böhran vəziyyətində daxili turizmə təkan vermək və dəstəkləmək üçün ‘#DescubreLoIncreíble’ yəni “#İnanılmazıKəşfEdin” başlıqlı

turizm kampaniyasına start vermişdir. Bu yerli camaatın ölkənin müxtəlif yerlərini gəzmək və kəşf etməsini nəzərdə tuturdu. Kampaniya sosial media vasitəsilə geniş kütlələrə tanıtılmışdır.

Bəs daxili turizm üzrə atılan addımlar və yerli turizmə yönəlmə ölkədə regionlar üzrə göstəricilərə necə təsir edir? Turistlərin ən çox üz tutduğu destinasiya hansıdır? Araşdırmalar göstərir ki, ilk yerdə Qranada və Malaqa bölgəsi qərarlaşıb. Bunun səbəbi ərazinin böyüklüyü, günəşli hava və çimərliklər ola bilər. Kataloniya bölgəsi bu siyahıda ikincidir. Valensiya bölgəsi isə ən çox ziyarət edilən üçüncü regiondur (INE, 2021).

Qrafik 11: Daxili turizm üzrə 2020-ci ildə İspaniyanın ən çox ziyarət edilən bölgələri



Mənbə: İspaniya Statistika İnstitutu (INE), www.statista.com, materiallar əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Pandemiya zamanı bir sıra şirkətlər, o cümlədən turizm sənayesi şirkətləri də “online” rejimdə fəaliyyətinə davam etmişdir. Pandemiyadan daxili turizmin elektron ticarət dövrüyyəsi 2020-ci ildə 620.5 milyon avro olmuşdur. Ötən ildə onlayn turist məhsul və xidmətlərindən faydalanmanın ortalama xərci 552 avro təşkil edib ki, bu da öncəki illə müqayisədə 30 % azdır (Lopez, 2021). Ən çox istifadə olunan tur provayderi “booking.com” olub. İkinci ən çox istifadə olunan

provayder isə hava yolları və otellərin öz veb-saytlarıdır. Provayderləri seçərkən nəzərə alınan əsas amillər qiymət, sürətlilik və əlçatanlıq kimi göstəricilərdir. Tur-xidmətlərin ödəniş üsulları arasında isə ilk yeri kartla ödəniş tutur. Bu üsul pandemiya dövründə distant ödəniş üsulu kimi daha da artmışdır. İstifadəçilərin əksəriyyəti kartla ödənişə üstünlük verir. Daxili tur-xidmətlərdən istifadə edənlərin böyük hissəsi 35 – 44 yaş arasındakı qrupa daxil olan insanlardır.

Turizm üzrə milli məsuliyyət 2018-ci ildən Sənaye, Ticarət və Turizm Nazirliyinin tərkibində olmuşdur. Turizm üzrə Dövlət Katibliyi mərkəzi hökumətin səlahiyyətləri daxilində turizm siyasətinin, eləcə də milli və beynəlxalq səviyyələrdə müvafiq institusional əlaqələrin müəyyən edilməsi, inkişafı, əlaqələndirilməsi və həyata keçirilməsinə cavabdeh olmaqda davam edir.

Turizm üzrə Dövlət Katibliyinin 2018-ci il üçün ümumilikdə 336 milyon avro büdcəsi olmuşdur. Bundan əlavə, 17 muxtar rayon və digər qurumlar da ümumi turizm xərclərinə əhəmiyyətli dərəcədə töhfə vermişdir.

COVID-19 pandemiyası dünya iqtisadiyyatına və xüsusən də turizm sektoruna böyük təsir göstərmişdir. Məlum məsələdir ki, bu əsrə qədər başqa global turizm böhranları da baş vermişdir. Bununla belə, COVID-19-un yaratdığı turizm böhranının intensivliyi və davamlılığı misilsizdir.

Əslində, Ümumdünya Turizm Təşkilatı (UNWTO) 2020-ci ili turizm tarixində ən problemlilə il kimi təsnif etmişdir. Son turizm böhranının xüsusiyyətləri tələb və təklifin eyni vaxtda azalması ilə izah olunur. Bir tərəfdən, müəyyən hadisələr qarşısında artan risk qavrayışının turizm tələbini azaltdığı kifayət qədər sübut edilmişdir.

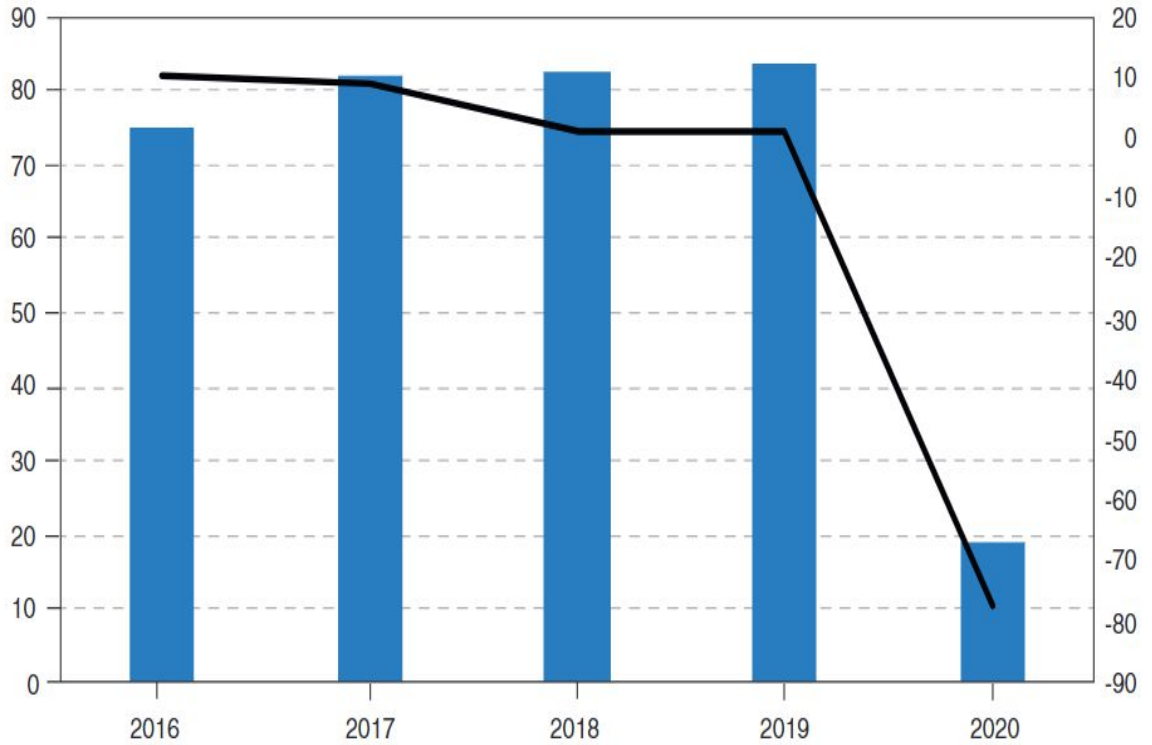
Aydın ki, yoluxma riski turist səfərlərini aşağı salmışdır. İspaniyada 14 mart tarixli 463/2020 sayılı Kral Fərmanı ilə həyəcan vəziyyəti elan edilmişdir. Bu əsasda, 19 mart tarixli SND / 257/2020 Sərəncamı ilə ölkə ərazisinin istənilən yerində yerləşən turistik müəssisələrin ictimaiyyətə açılması dayandırılmışdır (<https://www.unwto.org/>).

Bununla belə, beynəlxalq, habelə daxili turizmdə səyahət və mobillik üzrə məhdudiyyətlər mərkəzi yay aylarında otel fəaliyyətinin minimal olması demək idi.

Bundan əlavə, avqustun ilk həftələrində planlaşdırılmış yenidən açılmasını şərtləndirən virusun yoluxma halları baş vermişdir.

İndi isə bütün bu qeyd olunanlara əsasən COVID-19 pandemiyası zamanı İspaniyada daxili turizm dinamikasında baş vermiş dəyişikliklər araşdırılmışdır (<https://www.unwto.org/>).

Şəkil 3: İspaniyada illər üzrə daxili turistlərin həcmi və illik dəyişikliklər (faizlə)

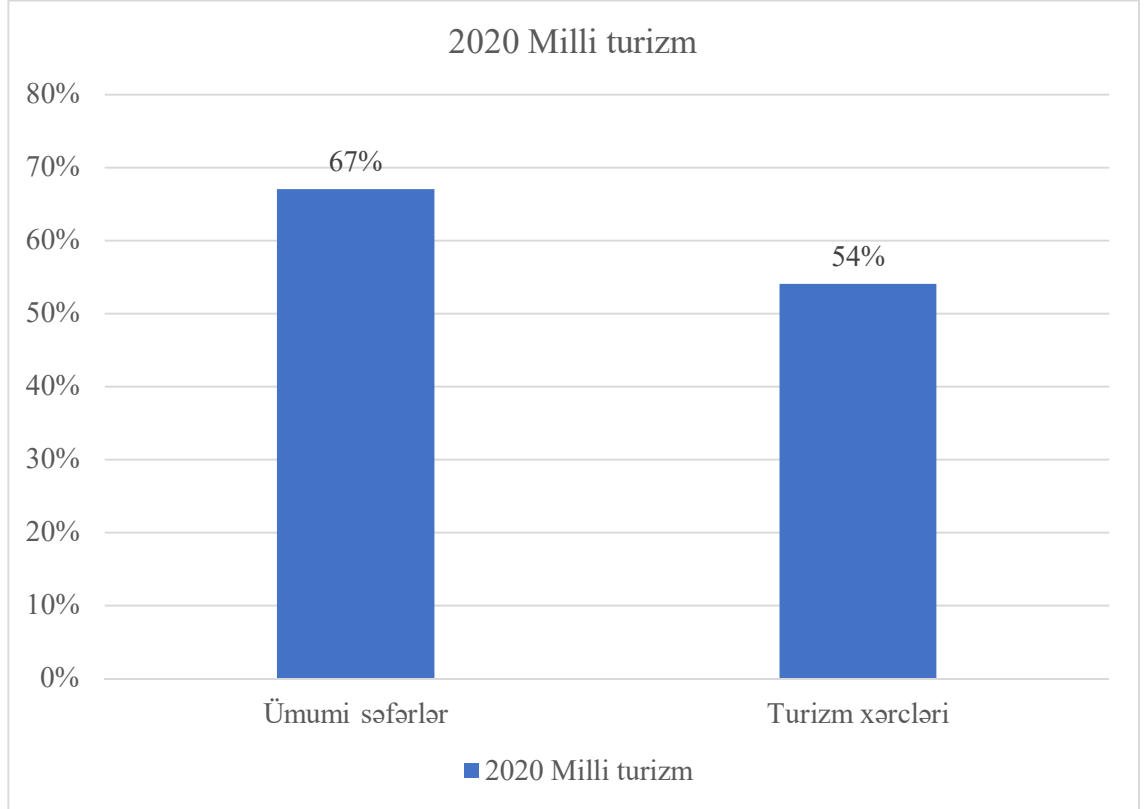


Mənbə: <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/7285/7322> - El turismo interior en españa ante la crisis de la Covid-19 2021.

Daxili turizm böhranından çıxmaq potensialı, ilk növbədə, onun birbaşa əhəmiyyətinə əsaslanır. UNWTO-nun statistik məlumatlarına görə, turistlərin öz ölkələri daxilində etdiyi səyahətlərin sayı, dünya miqyasında beynəlxalq turistlərin etdiyi səyahətlərdən altı dəfə çoxdur.

Məntiqlə əhalinin sayı və coğrafi ölçüsü birbaşa olaraq hər bir ölkədə daxili turizmin əhəmiyyəti ilə bağlıdır. Belə qeyd edilməlidir ki, Hindistan, Braziliya, Çin, Almaniya, Fransa və ya ABŞ-da ölkə daxilində edilən səfərlər bütün səfərlərin 95%-dən çoxunu təşkil edir. UNWTO-nun təhlilçiləri İspaniyanı da dünyada ÜDM üzrə böyük milli kompleks turizm bazarına malik ölkələr sırasına daxil edir (<https://www.unwto.org/>).

Qrafik 12: İspaniyada ümumi turizmdə daxili turizmin çəkisi (faizlə)



Mənbə: <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/7285/7322> - El turismo interior en españa ante la crisis de la Covid-19 2021.

Qrafikdən məlum olur ki, İspaniya timsalında milli turizm ümumi səfərlərin 67%-ni və turizm xərclərinin 54%-ni təşkil edir. Bununla belə, mehmanxanalarda və oxşar müəssisələrdə gecələmələrin yalnız üçdə birindən bir qədər çoxu bu göstəricinin nəzərəcarpacaq dərəcədə yüksək olduğu nəzərə alınan digər ölkələrdə (Almaniya, Fransa və Böyük Britaniya) baş verənlərdən fərqli olaraq milli turizmə aid edilir.

2020-ci ildə gecələmələrin demək olar ki, 70%-i “qeyri-bazar” yaşayış yerlərində olmuş, halbuki əvvəlki beş ilin orta göstəricisi 62%-i keçməyib. Yenə də tələb və təklif şoklarının birləşməsi 2015-2019-cu illər arasında səyahət üçün öz avtomobilindən istifadə ilə müqayisədə 2020-ci ildə demək olar ki, 11 bal artımını izah edə bilər. 2020-ci ildə İspaniyada sakinlərin 79,1%-i həmişəkindən fərqli bir yaşayış yerinə səyahət etmək üçün şəxsi avtomobilindən istifadə edib (<https://www.unwto.org/>).

İspaniyada sakinlərin öz səfərini təşkil etmək yolu əvvəlki illərdə 95 faizə yaxın

olmuşdur. 2020-ci ildə bu rəqəm 98,4%-ə yüksəlmişdir (<https://www.unwto.org/>).

Səyahət müddətinə gəlincə, 2020-ci ildə on beşdən çox gecələməni nəzərdə tutarlarda nəzərəcarpacaq artım olmuşdur. Belə ki, 2015-2019-cu illər arasında bu gecələmələrlə səyahətlərin orta göstəricisi 26,1% olduğu halda, 2020-ci ildə 36,8% təşkil etmişdir (Xosé A.R. 2021: s.100).

Nəhayət, xaricə səyahət edən rezidentlər üçün adambaşına düşən orta qiymət əhəmiyyətli dərəcədə yüksəkdir. Bununla belə, 2020-ci ildə sözügedən xərclər əvvəlki illərlə müqayisədə azalsa da, mövcud böhran səbəbi ilə İspaniya sakinlərinin beynəlxalq turizmi əvəzləməsi faktı ortaya çıxır.

Pandemiya zamanı ölkədə adambaşına düşən orta xərclər dəyişilmişdir. Belə ki, pandemiyanın təsirini göstərdiyi 2020-ci ildə aşağıdakı cədvəldəki müvafiq bölmələr üzrə 704,8; 113,5 və 283,3 olmuşdur.

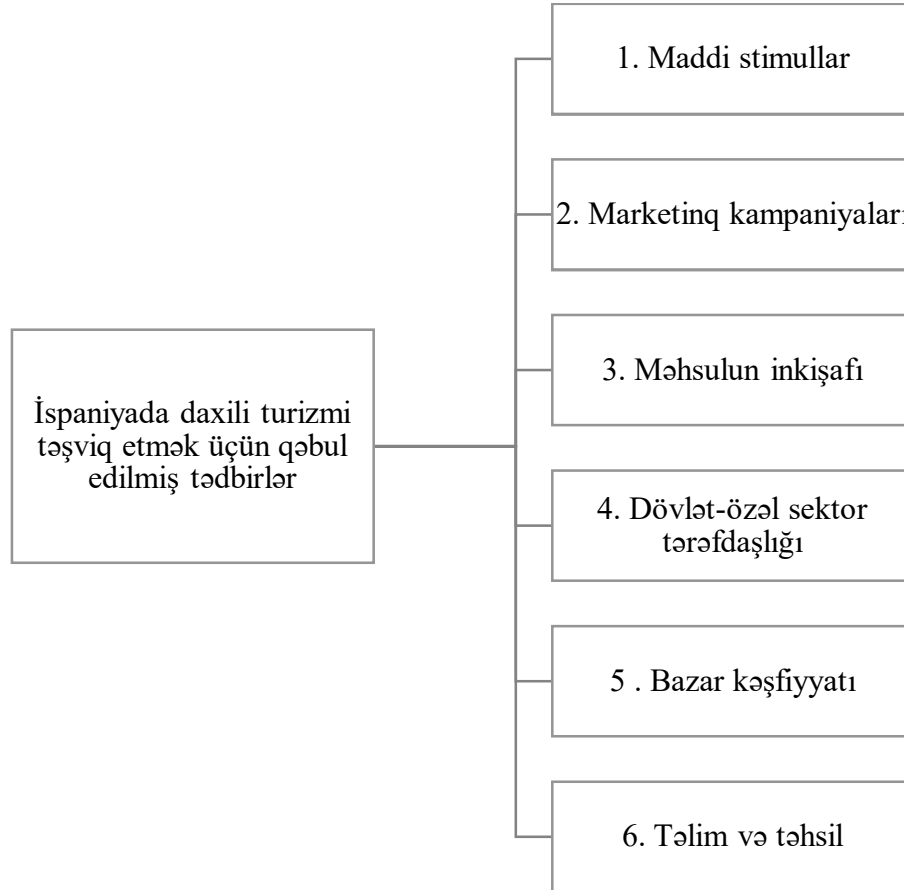
Cədvəl 3: Pandemiya zamanı daxili turizmdə adambaşına düşən orta xərclər (avro)

	2018	2019	2020
Xarici	832,9	797,8	704,8
Muxtar icma daxilində	97,5	105,3	113,5
Başqa bir muxtar icmaya	260,2	270,4	283,3

Mənbə: <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/7285/7322> - El turismo interior en españa ante la crisis de la Covid-19 2021.

UNWTO-ya görə, bu təşəbbüslərin məqsədi əvvəldən beynəlxalq turistləri cəlb etmək üçün turizm sektoruna inamı bərpa etmək olmuşdur. Xüsusilə kiçik və orta şirkətlərə yönələn və şirkətlərin likvidliyini təmin etmək üçün kəşif xarakter daşıyan maliyyə dəstəyindən başqa, daxili turizmi stabilləşdirmək və təşviq etmək üçün qəbul edilmiş tədbirlər altı kateqoriyada qruplaşdırıla bilər. İspaniyada daxili turizmi stabilləşdirmək və təşviq etmək üçün qəbul edilmiş tədbirlərə maddi stimullar, marketinq kampaniyaları, məhsulun inkişafı, dövlət və özəl sektor arasındakı əməkdaşlıq, bazar kəşfiyyatı, təlim və təhsil aiddir. Qeyd edilməlidir ki, xarici turist səfərləri ilə yanaşı daxili turizm də ölkənin turizmi üçün əsas sahədən biridir.

Sxem 2: İspaniyada daxili turizmi təşviq etmək üçün qəbul edilmiş tədbirlər



Mənbə: <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/7285/7322> - El turismo interior en españa ante la crisis de la Covid-19 2021.

Yuxarıda göstərilənlərə əsasən, məlumatlar təsdiq edir ki, pandemiya dövründə daxili turizm beynəlxalq turizm baxımından əhəmiyyətini gücləndirmiş və ən azı İspaniyada son illərdə onun təkamülünü xarakterizə edən bəzi tendensiyalar intensivləşmişdir. Bu şəraitdə bir çox hökumətlər daxili turizmi inkişaf etdirmək üçün tədbirlər görüblər.

1. Maddi stimullar

Buraya daxili uçuşlar və müəyyən turist xidmətləri üçün ƏDV endirimləri, turizm müəssisələrində endirimlər və uzun həftə sonları təklif edən vauçerlər daxildir ki, bu yolla daxili səyahətləri daha cəlbedici edir.

2. Marketing kampaniyaları

Bəzi hallarda mövcud kampaniyalar gücləndirilmiş, digərlərində isə yeniləri təşviq edilmişdir ki, bəzi hallarda yerli turist tələbini stimullaşdırmaq məqsədi ilə az tanınan istiqamətləri və kənd və ya təbii əraziləri tanımaq üçün istifadə edilmişdir.

3. Məhsulun inkişafı

Bu kateqoriyaya turistləri ölkə daxilində səyahət etməyə təşviq edən, mədəniyyət, gastronomiya, macəra və s. müxtəlif milli istiqamətləri birləşdirən səfərlər aiddir.

4. Dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığı

Müxtəlif təşkilatlar və dövlət idarəçiliyinin səviyyələri arasında əlaqələri gücləndirməklə yanaşı, daxili turizmi stimullaşdırmaq üçün yarmarkalar və ya rəqəmsal platformalar vasitəsilə xüsusi təklifləri təşviq etmək və ya turizm şirkətləri üçün bazara çıxışı asanlaşdırmaq üçün dövlət və özəl sahələr arasında əlaqələr təşviq edilmişdir.

5 . Bazar kəşfiyyatı

Bu alət daxili turizmin təşviqinə yönəlmiş strategiyaların dizaynı və ya yeni turizm məhsullarının inkişafı üçün tez-tez milli səyahətçinin üstünlükləri və davranışları ilə bağlı sorğular vasitəsilə məlumat toplanarkən istifadə edilmişdir.

6. Təlim və təhsil

Onlayn əlaqənin təqdim etdiyi imkanlardan milli turistlərlə birbaşa təmasda olan işçilərin peşə bacarıqlarının artırılması və daxili turizmin marketinq zəncirinin gücləndirilməsi üçün istifadə olunmuşdur.

İspaniya Hökuməti öz növbəsində 2020-ci ilin iyun ayında Turizm Sektoru üçün İmpuls Planını təqdim etmişdir: Təhlükəsiz və Davamlı Turizmə Doğru. Planın maliyyə sərmayəsinin 12%-ni təşkil edən daha 515 milyon avro şirkətlər tərəfindən təqdim olunan layihələrə verilən kreditlərdən ibarət Turist Rəqabət Qabiliyyəti üzrə Dövlət Maliyyə Fondu (FOCIT) adlanan quruma ayrılır. Lakin Plan, ən azı maliyyə baxımından turizm şirkətlərinə yönəlsə də, tələbata istinadları da ehtiva edir (Xosé A.R. 2021: s.145).

Bununla belə, beynəlxalq turizm tələbinə müəyyən qərəzli münasibət var. Məsələn, biznes layihələrinin maliyyələşdirilməsi üçün güzəştli faiz dərəcəsi ilə 216 milyon avro həcmində kredit xətti yaradılır ki, bunlar arasında “turizm məkanlarının və şirkətlərin beynəlmilləşməsinə yönəlmişlər” də var.

Nəhayət, 33,3 milyon avronun ayrıldığı 2020-2024-cü illər üzrə Marketing

Planının həyata keçirilməsi “İspaniyada daxili turizmi tez bir zamanda aktivləşdirmək” üçün nəzərdə tutulmuşdur. Planda yerli və ya milli turizmlə bağlı problemlər daha azdır.

İspaniyanın timsalında, dövlət idarəçiliyinin müxtəlif səviyyələri tərəfindən turizmin təşviqi ilə bağlı səlahiyyətlərin qəbul edilməsi müəyyən müzakirələr yarada bilər. Məsələn, turistləri cəlb etmək və ya saxlamaq üçün bölgələr arasında koordinasiya yolu ilə turizmin təşviqi kampaniyalarının yaxşılaşdırılması üçün müəyyən imkanların olması mümkündür (Xosé A.R. 2021: s.146).

Nəticə etibarlı ilə, COVID-19 pandemiyası turizm bazarında çox ciddi turizm böhranı yaradan tələb və təklif şoklarına səbəb olmuşdur. Bu kontekstdə beynəlxalq turizm tələbindəki azalmanı müəyyən dərəcədə kompensasiya etməyə çalışmaq üçün daxili turizmin təşviqi imkanları artırılmışdır.

Əslində, akademik tədqiqatlar çoxdan daxili turizmin gəlir və məşğulluq yaratmaq və regional yaxınlaşmaya töhfə vermək qabiliyyətini nümayiş etdirmişdir. Bu yaxınlarda onun pandemiyanın yaratdığı beynəlxalq turizm tələbindəki azalmanı azaltmaq potensialı sübuta yetirilmişdir. Bundan əlavə, məlumatlar göstərir ki, daxili turizm bir çox ölkələrdə turizm fəaliyyətinin böyük hissəsini yaradır.

Turizm sektorunun konfigurasiyası ilə bağlı cari müzakirələrdə pandemiya böhranı nəticəsində yaranan daxili turizmin təkcə bərpa üçün təkan kimi deyil, həm də əldə ediləcək balanslı və davamlı inkişafın əsası kimi mühüm rol oynaya biləcəyini ölkədaxili müzakirələrə daxil etmək məqsədəuyğun görünür.

3.3. Turizm sektoruna qoyulan investisiyalar

İspaniyanın turizm sektorunun müasirləşdirilməsi və rəqabət qabiliyyətinin artırılması üçün Aİ-nin bərpa fondları ilə cəlb etdiyi investisiyalar sənayedə 2018 - 2019 - cu illər arasında 100 000-dən çox yeni iş yeri yaradılmışdır. Bu, Fondan 14 milyard avro alınması müqabilində icma orqanları ilə layihələr və islahatlar üçün bir sıra öhdəliklər ilə Brüsselə göndərilən məlumatda “Turizm sektorunun modernləşdirilməsi və rəqabətqabiliyyətliliyi planı” adlı sənəddə öz əksini tapmışdır.

Planın ümumi məşğulluğa təsirinin üç il ərzində 800 min yeni iş yeri olacağını nəzərə alsaq, yaradılan yeni iş yerlərinin bölgüsü turizm sektorunun iqtisadiyyatdakı həcminə (12,7%) bərabər ola bilər. Bu şəkildə 3.4 milyard avroluq investisiya ilə sənayenin digər fəaliyyətlərə nisbətən daha yüksək səviyyədə iş yerləri yarada bilməsi, sektorun işəgötürənlərinin turizm üçün daha çox investisiya səyi tələb etməsinin səbəblərindən biridir.

Bunlar Brüsselə göndərildi Bərpa, Çevrilmə və Dayanıqlıq Planının təfərrüatlarını ictimaiyyətə açıqladıqdan sonra Hökumətin turizmlə bağlı strategiyasının əsas məlumatlarından bəziləridir.

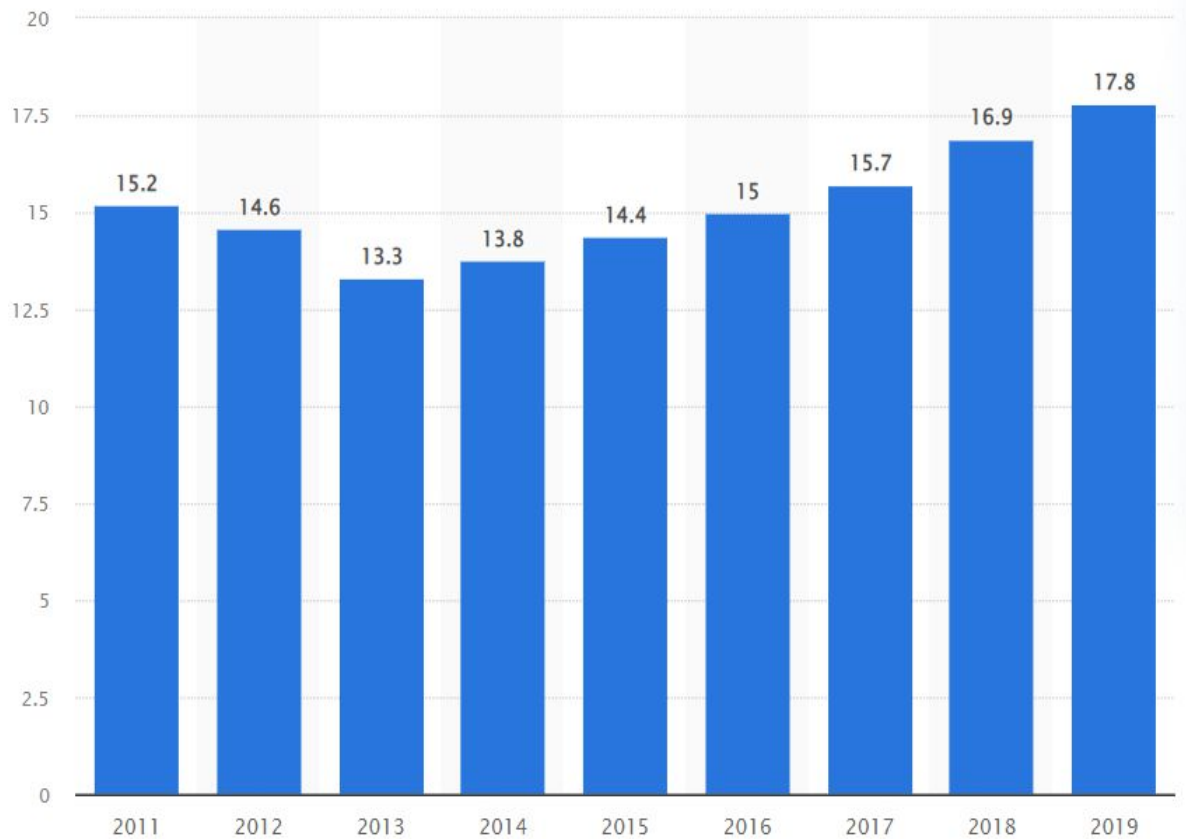
Turizm sektorunun hərəkətverici qabiliyyətinin başqa bir nümunəsi bu sərmayənin bütövlükdə İspaniyanın ÜDM-nə təsiridir.

Sənaye, Ticarət və Turizm Nazirliyindəki mənbələr əsasında hesab edilir ki, istənilən halda bu təxmin aşağı səviyyədədir. Bu, yalnız turizmə birbaşa investisiyaların nəzərə alınması ilə izah olunur, lakin sektor digər sahələrdə, məsələn, səyahət edənlərin istifadə etdiyi infrastrukturunu yaxşılaşdıracaq layihələrdən faydalanacaq. Beləliklə, bütün planın turizmə təxmini təsiri, bu mənbələrə görə, planın icrası dövründə 44 milyard avro təşkil edir.

Sektorun modernləşdirilməsi iki əsas sütuna əsaslanır: turizm modelinin davamlılığa doğru transformasiyası (1.9 milyard avro investisiya olacaq) və əqabətqabiliyyətlilik sahəsində xüsusi tədbirlər (920 milyon). Beləliklə, birinci halda, sənəd 2023-cü ildə turizm işçilərinin 75%-nin faydalanacağı 165 istiqamət üzrə davamlılıq planlarının həyata keçirilməsini təmin edir (<https://www.ine.es/en/>).

Eyni şəkildə, sektorun modernləşdirilməsinə toxunan komponentə “yeni texnologiyalardan istifadə və ticarətin turizm təklifinə inteqrasiyası yolu ilə turistlərin xüsusi axını olan ərazilərin kommersiya rəqabət qabiliyyətinin yaxşılaşdırılması” bəndi daxildir.

Şəkil 4: Pandemiya əvvəl İspaniyada turizm sektoruna qoyulan investisiya həcmi (milyard avro)



Mənbə: <https://www.statista.com/statistics/761047/capital-investment-in-the-travel-and-tourism-sector-in-spain/> - Comité De Estadística De España 2021.

Qrafikdə qeyd edilən statistika İspaniyada 2011-ci ildən 2019-cu ilə qədər səyahət və turizm sektoruna kapital qoyuluşunu göstərir. Sektora kapital qoyuluşu 2019-cu ildə 18 milyard avroya çatmışdır.

COVID-19-dan əvvəl İspaniya dünyanın dördüncü ən populyar turizm məkanı idi. Ölkə 2020-2021-ci illərdə vəziyyətin pisləşməsinə baxmayaraq, bununla bağlı reytinglərdə hələ də aparıcı rol oynayır.

2019-cu ildə daşınmaz əmlak bazarına birbaşa xarici investisiyaların ümumi həcmnin İspaniya iqtisadiyyatına qoyulan investisiyaların ümumi sayının 18,7%-ni

təşkil etdiyi bildirilir. Üstəlik, bu investisiyaların böyük hissəsi turizm sektoruna məxsusdur.

2020-ci ildə bu investisiyaların həcmi azalaraq 5,1%-i çətinliklə keçmişdir (<https://www.ine.es/en/>).

2021-ci il üçün bu vəziyyəti mühakimə etmək hələ tezdir. Hələlik bizim edə biləcəyimiz yeganə şey sektora birbaşa investisiyaların artımı ilə bağlı məlumatları öyrənməkdir ki, bu da hazırda 10% təşkil edir. İspaniyaya səfər edən bir çox investor Böyük Britaniya, İrlandiya və Şimali Avropa ölkələrindən gəlir.

Bütün bunları nəzərə alaraq, turistlərin milli strukturuna nəzarət etmək lazımdır. Xüsusilə, İspaniyada olduğu üçün bu amillər turistlərin hara getmək istədiklərinə və hansı növ əmlakı kirayə və ya almağa üstünlük vermələrinə təsir göstərir.

Məsələn, ingilislər adətən yarım tikili evlərə, villalara və mənzillərə üstünlük verirlər. İspanlar, əksinə, bir qrup insan üçün dizayn baxımından daha kommunal olan mənzillərə üstünlük verirlər. Əvvəlcə otellərlə bağlı mövcud vəziyyətə diqqət yetirsək deyə bilərik ki, xüsusən də pandemiya bəri insanların psixologiyası dəyişilib.

Məsələn, alıcılar kənar adamlarla əlaqə saxlamamağa üstünlük verirlər. Bu da öz növbəsində onları daşınmaz əmlak sektorunda üstünlüklərini dəyişməyə sövq edir.

Belə ki, otellər, hazırda tələbatda azalma yaşayır, çünki turistlər öz mənzillərini kirayə vermək seçimini daha üstün tutur.

Bundan başqa, ipoteka kreditləri üzrə aşağı faiz dərəcələri (3-4%-ə qədər) və alış qiymətinin 80%-ə qədərini kreditlə ödəmək imkanları səbəbindən ölkədəki digər investorlar daha geniş daşınmaz əmlak almağa maraqlı göstərilirlər.

Bu cür kredit mühiti İspaniyaya tez-tez gələn turistləri öz daimi evlərini deyil, kiçik ölçülü tətillik əmlakı almaq barədə düşünməyə təşviq edir. Hazırda ölkədə ənənəvi turist daşınmaz əmlakı sektoru alıcıların tələbatını ödəmir və getdikcə azalır. Əksinə, əmlakın kirayə edilməsi inkişaf edir.

İnvestorlar bilməlidirlər ki, İspaniyanın 17 regionunun hər birində daşınmaz

əmlak bazarı qaydaları, mövcud əmlakların siyahısı və tələbin milli tərkibi var (<https://www.ine.es/en/>).

Bunun nəticəsində mərkəzi şəhərlər kondominium bazarının inkişafı üçün əlverişli yerlərə çevrilir. Ölkənin şimal-şərqində Masias kimi tənha kənd yerləri alıcılar arasında məşhurdur. Həmçinin ölkənin cənubundakı dağlıq bölgələr turistləri qədim mağara evlərində istirahət etməyə cəlb edir.

İspaniyada daşınmaz əmlakın böyük hissəsi kommunaldır. Məsələn, yarım tikili evlər, sıra evlər və s. hamısı ölkədə alıcılar arasında populyardır. Üstəlik, hazırda yüksək keyfiyyətli ev almaqdansa, sakinlər cəmiyyətinin bir hissəsi olmağa üstünlük verən insanlar üçün mənzillərə üstünlük verirlər.

Çox vaxt sahil yaxınlığındakı mənzillər, yaşından və saxlanma xərclərindən asılı olmayaraq, tələbat yüksək olduğu üçün daşınmaz əmlak bazarına girmir.

Həmçinin qiymətlərə gəldikdə isə deyə bilərik ki, tələb və təklif balanssızlığı səbəbindən turistik obyektlər üçün aşağıdır. Bundan başqa, 2019 və 2020-ci illərin turizm göstəricilərini müqayisə etdikdə, 80% azaldığı məlum olub. 2021-ci ildə isə turizm sektoru bazarda təklifin çoxluğu ilə böhrandan xilas olmuşdur (<https://www.ine.es/en/>).

Maraqlıdır ki, həm dövlət, həm də Ümumavropa qurumları da bu sektora sərmayə qoyurlar. Daha dəqiq desək, onlar artıq İspaniyadakı otel və kurortlara 4 milyard avrodan çox sərmayə qoyublar.

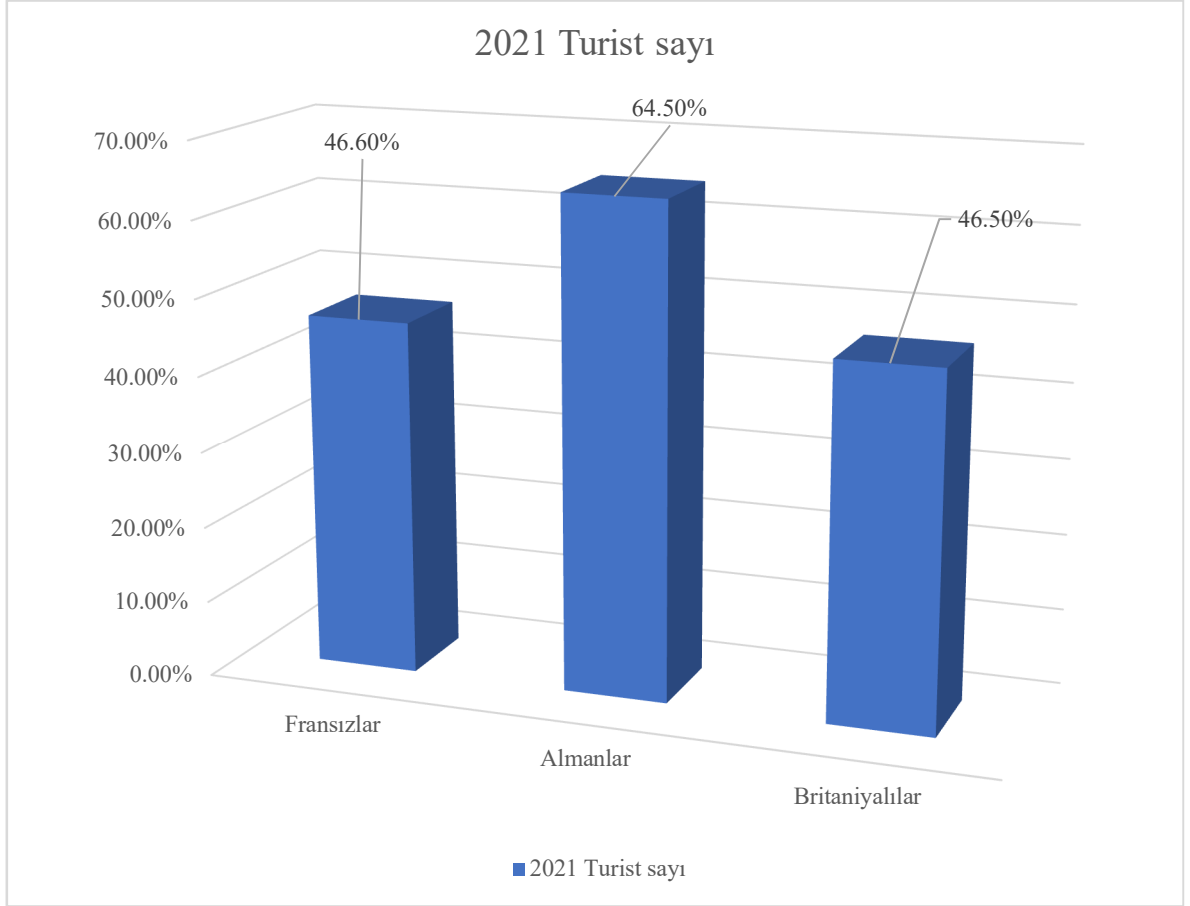
Bundan əlavə, turizm şirkətləri dövlətdən 17 milyard avrodan çox vəsait alınmışdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, bazarda mehmanxana almaqda maraqlı olan investorlar elə də çox deyil. Buna baxmayaraq, onlar hələ də əmlakın bazar dəyərinin 15%-i qədər endirim əldə edəcəklərini gözləyirlər. Hazırda bu, sənaye üçün mürəkkəb bir tələbdir. Çox güman ki, ilin sonuna kimi bu daşınmaz əmlak sektoru ilə maraqlanan investorların əksəriyyəti başqa sektorları seçəcək.

Beləliklə, ölkəyə gələnlərin sayının artmasına töhfə verən turizm sənayesini nəzərə alaraq, analitiklər 2021-ci ilin sonuna qədər insanların sayında 60%-ə qədər artım olacağını gözləyirlər. Avropa ölkələri, xüsusilə Böyük Britaniya, İspaniyaya

turist və investor axınının böyük hissəsini təmin edir. Bununla belə, İspaniyaya səyahət qadağaları bu ölkələrdə COVID-19 səbəbilə son il yarım ərzində tətbiq edilmişdir.

Qrafik 13: 2021 - ci ildə müxtəlif ölkələrdən İspaniyaya turist axını (faizlə)



Mənbə: <https://spain-real.estate/faq/investing-in-tourist-real-estate-in-spain-risks-and-opportunities/> - investments in Spain tourism 2021.

Nəticə etibarlı ilə, investorların əksəriyyəti ehtiyatlı davranaraq İspaniyanın turizm sektoruna sərmayə qoymaqdan yayınsalar da, bəziləri aşağı rəqabətli bazarda mövqe tutmağa çalışırlar.

Turist axınına dair cari məlumatları/rəqəmləri İspaniyanın 2019 məlumat/rəqəmləri ilə müqayisə etsək, insanların sayı 57% azalmışdır. Üstəlik, turistlərin xərclədiyi vəsait də 50%-dən çox azalmışdır.

Digər tərəfdən, 2021-ci illə 2020-ci illə müqayisədə yeni turistlərin sayı 78,3 nəfər artmışdır. Məsələn, fransız turistlərin axını 46,6%, almanlar 64,5%, britaniyalıların axını 46,5% artmışdır.

Üstəlik, Böyük Britaniya, Almaniya və Fransa da bazara ciddi zərbə vuran

ciddi məhdudiyyətlər tətbiq edirlər. Lakin son aylarda İspaniyada uğurlu peyvənd proqramı səbəbindən məhdudiyyətlər azalmağa başlayıb. Bundan əlavə, ölkədə əhalinin 70%-i artıq peyvənd olunub.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Mövzunun araşdırılması zamanı aşağıdakı nəticələr əldə edilmişdir:

Qısa müddətdə səhiyyə infrastrukturunun inkişafı, həyata keçirilən tədbirlər bir sıra xalqları daha pis nəticələrdən qorumuşdur. Ölkəmiz də bir çox ölkələrdən fərqli olaraq zamanın təzyiqinə və sağlamlıq risklərinə baxmayaraq, bilik və yüksək keyfiyyətli avadanlıqla təmin edilmiş fədakar və həll yönümlü səhiyyə kollektivinə malikdir.

COVID-19 pandemiyası narahatlıq və stress kimi psixoloji nəticələri ilə uşaqlar, qocalar, qadınlar, tibb işçiləri, xroniki psixoloji pozğunluğu olanlar, psixiatrik müalicə alanlar kimi yüksək risk qrupları üçün prioritetdir.

Belə ki, stressin idarə edilməsi, məlumatlılıq əsaslı araşdırmalar, mübarizə aparmaq və sosial dəstək qaynaqlarını gücləndirmək üzərində işləmək vacibdir. Bu kontekstdə inkişaf etdiriləcək müdaxilə və müalicə üsullarının rəqəmsal transformasiya və texnoloji yeniliklərdən faydalanması vacibdir.

Nəticə olaraq qeyd etməliyik ki, keçmişdən bu günə qədər mövcud olmuş epidemiyalar qiymətləndirildikdə, bəşəriyyət tarix boyu bir çox ölümcül epidemiyalarla mübarizə aparmalı olmuşdur. Bundan əlavə, həm keçmişdən gələn təcrübələr, həm də bu gün aparılan araşdırmalar bəşəriyyətin qarşıdakı illərdə epidemiyalarla mübarizə aparmalı olacağını göstərir.

Bununla yanaşı, global epidemiyalar dünən olduğu kimi bu gün də, gələcəkdə də həyatımızın bir parçası olmağa davam edəcəkdir. Ona görə də veriləcək əsas sual gələcəkdə epidemiyaların baş verib-verməyəcəyi deyil, bu epidemiyalara nə dərəcədə hazır olduğumuz olmalıdır. Çünki insanın təbiətə həddindən artıq müdaxiləsi, bir çox yeni canlı növləri ilə əlaqə saxlaması və ya onları istehlak etməsi, yeni epidemiyaların olacağını bildiyi halda lazımi tədbirləri almaması gələcəklə bağlı narahatlıqları artırır.

Pandemiyadan ən çox təsirlənən ölkələr iqtisadi cəhətdən də daha ciddi zərbə almışdır. İqtisadiyyatın daha “kövrək” sahələri daha çox təsir görən sahələr olmuşdur. İspaniya və İtaliya kimi iqtisadiyyatı belə “kövrək” sahələrdən asılı olan ölkələr ciddi gəlir itirmişdir.

Koronavirusu daha effektiv nəzarət altına alan ölkələr böhrandan daha tez çıxış yolu tapmış və bu kimi böhranlar iqtisadiyyatda “domino effekti” yaradır. Yəni, turizmdəki böhran turizmə bağlı olan alt-sahələrə də sıçramışdır. Pandemiya insanların psixoloji durum və davranışlarında dəyişiklik yaratmışdır. Bu səyahət istəkləri, səyahət tərzə və digər amillərdə özünü göstərir.

Səhiyyə sistemindəki boşluqlar və dövlətin vaxtında müdaxilə etməməsi böhranı gücləndirən amillərdir. 2020-ci ildə ölkədə tam qapanmaların olmaması turizm üçün nisbətən müsbət hal kimi qiymətləndirilir. Pandemiya zamanı beynəlxalq uçuşların dayandırılması, “həyəcan vəziyyəti”nin tətbiqi xarici turist sayını kəskin şəkildə azaltmışdır.

Burdan əldə etdiyimiz nəticələrə görə deyə bilərik ki, koronavirus pandemiyası İtaliyada turizm sektoruna - turistlərin ölkəyə axınına mənfi təsir göstərmişdir. Bütün bunlar həm turizmin geriləməsində, həm də turizm sektorunda gəlirin azalmasına səbəb olmuşdur. Təbii ki, bu da öz növbəsində qeyri - neft sektorunun zəifləməsinə gətirib çıxarır.

Tədqiqatın əsas nəticələri göstərir ki, İtaliyada daxili turizm iqtisadi dirçəlişdə əsas amil olaraq, UNWTO Ekspertlər Panelinin daxili turizmin beynəlxalq turizmdən daha sürətli bərpasını gözlədiyi proqnozları ilə üst-üstə düşür.

Nəticə etibarlı ilə deyə bilərik ki, koronavirus epidemiyasından ən çox zərər çəkən Avropa ölkələrindən biri olan İspaniya turizm sektorunda böyük itkilər vermişdir. Ölkənin ən mühüm iqtisadi qaynaqlarından biri olan turizm gəlirləri 2020-ci ilin ilk 4 ayında ötən illə müqayisədə yarımçıq azalmışdır.

İspaniyada COVID-19 pandemiyası turizm bazarında çox ciddi turizm böhranı yaradan tələb və təklif şoklarına səbəb olmuşdur. Bu kontekstdə beynəlxalq turizm tələbindəki azalmanı müəyyən dərəcədə kompensasiya etməyə çalışmaq üçün daxili turizmin təşviqi imkanları artırılmışdır.

İspaniyanın vaksinasıyaya daha tez başlaması və əhalinin böyük hissəsinin vaksinasıya olunması 2021-ci il turizm dövrü üçün canlanma yaratmışdır.

Pandemiya zamanı ispan xalqı daxili turizmə daha çox üstünlük vermişdir. Daxili turizm beynəlxalq turizmə nisbətən daha güclü və stabil olmuşdur.

Onlayn turizm bazarı ənənəvi turizm bazarına nisbətən daha sürətli inkişaf etmişdir. Belə ki, tur xidmətlərdən yararlananlar onlayn rezervasiya və onlayn ödəniş üsulundan istifadə etmişdir.

Pandemiya zamanı İspaniyada turizmin inkişafında regionlararası fərqlərin olduğunu da görmək olar. Turizm sahəsinə yatırılan investisiyalarda azalma müşahidə olunmuşdur.

Turizmə bağlı daşınmaz əmlak bazarında əlverişli kredit mühiti var, amma, bazarın tərəddüdləri mövcuddur. Beləliklə, 2019-cu il pandemiyadan əvvəlki dövrlə müqayisədə İspaniyadakı turist daşınmaz əmlakı əhəmiyyətli itkilərə məruz qalır və bu, onun əvvəlki normalıq və proqnozlaşdırıla bilənlik səviyyəsinə nə vaxt qayıdacağını söyləməyi çətinləşdirir.

Digər tərəfdən, 2020-ci illə müqayisədə bazar olduqca yaxşı bərpa olunmuşdur.

Göründüyü kimi, İspaniyanın daşınmaz əmlak bazarı müxtəlif disbalanslardan və kifayət qədər qeyri-müəyyənlikdən əziyyət çəkir. Buraya otellər, yaşayış yerləri və ənənəvi turizm obyektləri daxildir.

Əksər alıcıların diqqəti kirayə evlərə yönəlsə də, yüksək qiymətlər və rəqabətli tələb insanları gələcəkdə mənzil almaqdan çəkindirə bilər.

Alternativ olaraq, yalnız satınalmanı əhatə edən bir əmlak sektoru var. O, icarə sektorunun kölgəsində inkişaf edir. Əlverişli kredit mühiti onu inanmağa əsas verir ki, alıcılar və əməliyyat məbləğləri nəzərə alınmaqla, tezliklə onun böyüməsi və digər sektorları geridə qoymağa başlayacaqdır.

Hazırda investorların aşağı rəqabətli bazara girmək və İspaniyada ən perspektivli daşınmaz əmlakı almaq üçün yaxşı fürsəti var. Belə investorların sübutları var və onların investisiyalarının məbləği milyardlarla dolları ötür.

Beləliklə, heç bir zəmanət olmasa da, İspaniyada bu vəziyyətlə bağlı müəyyən bir təhlükəsizlik var.

Qeyd etmək lazımdır ki, pandemiya davam edir. İtaliya və İspaniyada 2021-ci ildə turizm bazarında gözəçarpan yüksəliş olmuşdur. Dövlətin belə strateji sahələrlə bağlı əlverişli siyasəti, ayrılan yardımlar, təşviqat kampaniyaları turizmin potensialını qorumağa, 2022-ci il üçün pandemiyadan əvvəlki göstəricilərə çatmağa

hesablanıb.

Mövzuyla bağlı aşağıdakı təkliflər verilə bilər:

a) Koronavirus pandemiyası ilə əlaqədar olaraq turizm sektorunun bütün sahələrində gigiyena və məsafə qaydalarına əməl edilməli və effektiv şəkildə nəzarət edilməlidir.

b) Qısamüddətli və müvəqqəti olan iqtisadi əsaslı dəstək paketləri əvəzinə daha uzunmüddətli planlaşdırma aparılmalıdır.

c) İqtisadi dəstəkdən əlavə, böhranın idarə edilməsi ilə bağlı müəssisə və təşkilatlara məsləhət dəstəyi verilməlidir.

d) Turizm sektorunda - hava limanlarında və təyyarələrdə maska və əlcəklərdən istifadə etməsi nəticəsində məhsuldarlığı azaldacaq iş saatlarına diqqət yetirilməlidir.

e) Ölkələrin fərdi tədbirləri ilə birlikdə beynəlxalq standartlar müəyyən edilərək virusun yayılma sürəti aşağı salınmalıdır. Bu standartların tətbiqi xüsusilə beynəlxalq turizm hərəkətlərində məcburi olmalıdır.

f) Müvafiq gigiyena infrastrukturunu və uyğun şəraiti olmayan turizm müəssisələrinin fəaliyyətinə icazə verilməməlidir.

g) Müvafiq ədəbiyyatlarda bu məsələ ilə bağlı əlavə araşdırmalar və epidemiyaya qarşı hansı ehtiyat tədbirlərinin daha uğurlu olacağına dair araşdırmalar tövsiyə olunur.

h) Tədqiqatçılara koronavirus epidemiyası zamanı turizm fəaliyyətlərinin davam etdirilməsi üçün prosesin necə idarə olunmalı olduğunu araşdırmaq və elmi nəticələri müvafiq maraqlı tərəflərə çatdırmaq tövsiyə olunur.

i) Turizm sənayesindəki təşkilatlara "sağlam turizm" məqsədi ilə öz imkanlarını məhdudlaşdırmaq, lakin dayanıqlı turizm və məşğulluq baxımından onları dayandırmamaq tövsiyə olunur.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Əhmədov M.A., Hüseyn A.C. (2019), İqtisadiyyatın tənzimlənməsinin əsasları. Bakı, Şərq və Qərq, 312 səh.
2. Əyyubov V.S., Tağıyev A.M. (2019), Pandemiya dövründə iqtisadiyyatın tənzimlənməsi. Bakı, Elm, 541 səh.
3. Hüseynova X.M. (2018), Azərbaycanda iqtisadiyyatın idarə olunması problemləri. Bakı, Azər nəşr, 388 səh.

İngilis dilində

1. Arbulú I., Razumova M., Rey-Maqueira J. Can domestic tourism relieve the COVID-19 tourist industry crisis? The case of Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*, (2021), 344 p.
<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100568>.
2. Archer B., Domestic tourism as a development factor. *Annals of Tourism Research*, 5(1), (1978), 234 p. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(78\)90007-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(78)90007-5).
3. Xosé Antón Rodríguez (2021), *Tourism in Spain: Disaggregated Analysis of the International Demand*. University of Santiago de Compostela, 289 p.
4. Ibish S.A. (2020), On Travel Agencies of the COVID-19 Outbreak effect. *Safran Journal of Culture and Tourism Research*, 398 p.
5. Jamal T.A., Budke C.A. Tourism in a World With Pandemics: Local-Global Responsibility and Action. *Journal of Tourism futures*. (2020), Access: <https://doi.org/10.1108/JTF-02-2020-0014>: 456 p.
6. Karim W.A., Haque A.O. and Ulfy M.A. The Movement Control Order (MCO) for COVID-19 Crisis and its Impact on Tourism and Hospitality Sector in Malaysia, *Malaysia Journal*, (2020), 307 p.
7. Kasare K.S. (2020), Effects of Coronavirus Disease (COVID-19) on Tourism Industry of India. *Studies in Indian Place Names*, 365 p.
8. Moreno L., Robina-Ramirez R., Sanchez M., Sanchez O. Tourism and Sustainability in Times of COVID-19: The Case of Spain. *International Research*

and Public Health 18(4), (2021). 1859.

Türk dilinde

1. Alaeddinoğlu F.S. (2020), Covid-19 Pandemisi ve Turizme Etkisi. İstanbul, Sosyal Bilimler Dergisi, 258 s.
2. Atıcı F.Z. (2020), Dünyada ve Türkiye’de Pandemilerle Mücadele: Risk ve Kriz Yönetimi Bağlamında Bir Değerlendirme. İstanbul, KOÇAK, 454 s.
3. Soydan H.S. (2020), İtalyada turizm sektörüne deyen zarar. İstanbul, HF yay, 344 s.

İtalyan dilinde

1. Marco A.G. (2020), I danni ai turisti nel turismo in Italia. Italia, La Gazzetta dello Sport, 344 p.
2. Richard M.G. (2020), Turismo, sviluppo economico sostenibilità:teoria e pratica. Grosseto, 119 p.

İnternet resurslar

1. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1210282> – Covid – 19 ve turizm üzerinde etkisi 2021.
2. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1338333> – pandemi ve epimdemik hastalıklar 2021.
3. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54683959> – İtalya ve İspanyada korona 2021.
4. <https://www.istat.it/en/> - Comitato di Statistica dello Stato Italiano 2021.
5. https://www.adnkronos.com/i-numeri-del-turismo-in-italia_BK08GqbK1T5PselGIY7TN?refresh_ce- I numeri del turismo in Italia 2021.
6. <https://italiaindati.com/turismo-in-italia/> - Tourism in Italy 2021.
7. <https://italylawfirms.com/en/real-estate-law/investment-promotion-bonus/> - investment promotion bonus 2021
8. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ispanya-gecen-yil-rekor-sayida-turist-agirladi/1366706> – ispanyada turist rekoru 2021.

9. <https://www.ine.es/en/> - Comité Estatal de Estadística de España 2021.
9. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/8ed5145b-en/index.html?itemId=/content/component/8ed5145b-en> – tourism in spain 2021.
10. <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/7285/7322> - El turismo interior en españa ante la crisis de la Covid-19 2021.
11. <https://www.unwto.org/> - UNWTO 2021.
12. <https://www.statista.com/statistics/761047/capital-investment-in-the-travel-and-tourism-sector-in-spain/> - Comité De Estadística De España 2021.
13. <https://spain-real.estate/faq/investing-in-tourist-real-estate-in-spain-risks-and-opportunities/> - investments in Spain tourism 2021.
10. <https://medipol.com.tr/bilgi-kosesi/bunlari-biliyor-musunuz/pandemi-nedir-corona-virusu-neden-pandemi-ilan-edildi> - What is a pandemic? 2021.
11. <https://www.gtech.com.tr/butce-planlama-nedir-sirketler-icin-onemi-nedir/> - bütçe planlamanın önemi 2021.
12. <https://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-dunya-turizm-orgutu.tr.mfa> - Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ) 2021.
13. <https://www.stat.gov.az/> - Official Website of the Statistics Committee 2021.
14. <https://www.yok.gov.tr/HaberBelgeleri/Haber%20%C4%B0%C3%A7erisindeki%20Belgeler/Dosyalar/2021/ogrenci-anket-sonuclari.pdf> - Current situation during the pandemic 2021.

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1: Pandemiyadan əvvəl İtaliyaya axın edən xarici turistlərə dair göstərici (milyon nəfər).....	35
Cədvəl 2: Pandemiyadan əvvəlki illərdə müxtəlif ölkələrdən İspaniyaya səfər edən turistlərin göstəriciləri.....	48
Cədvəl 3: Pandemiya zamanı daxili turizmdə adambaşına düşən orta xərclər (avro).....	58

Şəkillərin siyahısı

Şəkil 1: İtaliyada komendant saatına qarşı nümayişlərdə zorakılıq.....	20
Şəkil 2: 1999-2019-cu illərdə İtaliyada səyahət və turizmə kapital qoyuluşu.....	42
Şəkil 3: İspaniyada illər üzrə daxili turistlərin həcmi və illik dəyişikliklər (faizlə).....	56
Şəkil 4: Pandemiyadan əvvəl İspaniyada turizm sektoruna qoyulan investisiya həcmi (milyard avro).....	63

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1: 2020 – ci il oktyabr ayında İtaliyada mövcud göstəricilər.....	21
Qrafik 2: Pandemiyadan əvvəlki dövr - 2019 və 2020 - ci ilin əvvəlində İtaliyaya gələn turistlərin sayında dəyişikliklər (faizlə).....	36
Qrafik 3: 2019 – cu il üzrə İtaliyada turizm sektorunda rekord hədd.....	38
Qrafik 4: Pandemiya dövründə turizm dinamikasında onlayn satış göstəricilərindəki dəyişiklik.....	39
Qrafik 5: 2020-ci ildə İtaliya sakinlərinin səyahətləri.....	40
Qrafik 6: İtaliyanın iki əsas turistik şəhərinə qoyulan investisiyaların 2020-ci ildə pay bölgüsü (faizlə).....	45
Qrafik 7: 2020 - ci ildə İspaniyaya gələn turistlərin 2018-ci il göstəricilərindəki pay nisbəti (faizlə).....	50
Qrafik 8: İspaniyada 2019 və 2020 – ci il üzrə turizm gəliri.....	51
Qrafik 9: İspaniyada pandemiyadan əvvəl daxili turizmin payı (faizlə)	52
Qrafik 10: İspaniyada daxili turist xərclərinin illər üzrə fərqi.....	53
Qrafik 11: Daxili turizm üzrə 2020-ci ildə İspaniyanın ən çox ziyarət edilən bölgələri.....	54
Qrafik 12: İspaniyada ümumi turizmdə daxili turizmin çəkisi (faizlə).....	57
Qrafik 13: 2021 - ci ildə müxtəlif ölkələrdən İspaniyaya turist axını (faizlə).....	66

Sxemlərin siyahısı

Sxem 1: Pandemiya zaman - 2020 - ci il üzrə turistik yaşayış yerləri.....	44
Sxem 2: İspaniyada daxili turizmi təşviq etmək üçün qəbul edilmiş tədbirlər.....	59