

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI**

*Əlyazması hüququnda*

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASININ TURİZM SAHƏSİNDƏ  
SAHİBKARLIĞIN FORMALAŞDIRILMASI VƏ İNKİŞAFI**

İxtisas: **5312.01 – «Sahə iqtisadiyyatı»**

Elmin sahəsi: **İqtisad elmləri**

İddiaçı: **Anar Əli oğlu Əzizov**

iqtisad elmləri doktoru elmi dərəcəsini almaq üçün dissertasiyanın

**AVTOREFERATI**

**GƏNCƏ – 2022**

Dissertasiya işi Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının  
İqtisadiyyat İnstitutunda yerinə yetirilmişdir

Elmi məsləhətçi: AMEA – nın həqiqi üzvü, iqtisad elmləri doktoru,  
professor Ziyad Əliabbas oğlu Səmədzadə

Rəsmi opponetlər: iqtisad elmləri doktoru, professor  
Elşən Mahmud oğlu Hacızadə

iqtisad elmləri doktoru, professor  
Elşad Yaqub oğlu Məmmədov

iqtisad elmləri doktoru, professor  
Müşfiq Cəmil oğlu Atakişiyev

iqtisad elmləri doktoru, professor  
Natiq Əli oğlu Cavadov

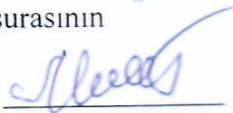
Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya  
Komissiyasının Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin nəzdində  
fəaliyyət göstərən Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti və  
Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin ED 2.42 Birgə dissertasiya  
şurası

Dissertasiya şurasının sədri:



AMEA-nın həqiqi üzvü, i.e.d.,  
professor  
Ziyad Əliabbas oğlu Səmədzadə

Dissertasiya şurasının  
elmi katibi:



iqtisad üzrə fəlsəfə doktoru, dosent  
Pərvin Elman qızı Muxtarova

Elmi seminarın sədri:



iqtisad elmləri doktoru, professor,  
Əməkdar kənd təsərrüfatı işçisi,  
İslam Hacı oğlu İbrahimov

## DİSSERTASIYA İŞİN ÜMUMİ XARAKTERİSTİKASI

**Mövzunun aktualığı və onun öyrənilmə səviyyəsi.** Müasir cəmiyyətdə turizm vətəndaşların həyatının ayrılmaz hissəsi və mühüm iqtisadi fəaliyyət növüdür. Turizmin əhəmiyyətini və buna uyğun olaraq turizm sahəsində sahibkarlığın inkişafını qiymətləndirmək çətindir, çünki turizm əhalinin məşğulluğuna və ölkənin iqtisadi artımına, infrastrukturun inkişafına, mədəniyyətin və dünya ölkələrinin təbii sərvətlərinin qorunmasına və inkişafına kömək edir.

Dünyanın həm inkişaf etməkdə olan, həm də inkişaf etmiş ölkələrinə ciddi iqtisadi təsir göstərən COVID-19 pandemiyası ilə əlaqədar turizm xidmətləri sənayesi ciddi itkilərə məruz qaldı. Yalnız onu qeyd etmək kifayətdir ki, 2020-ci ilin yanvarından 2021-ci ilin dekabrına qədər koronavirus pandemiyası nəticəsində qlobal turizm sənayesində 1320 milyard dollar gəlir itirilmişdir.

Azərbaycanda 2020-ci ilin məlumatlarına əsasən, turizmin ÜDM-də payı 1,2 faiz azalıb, beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlir 0,3 milyon ABŞ dolları təşkil etmişdir ki, bu da əvvəlki illə müqayisədə 83,3 faiz azdır. Turizmin ümumi ixracda payı 85% azalaraq 2% və ya 0,3 milyon ABŞ dolları (2019-cu ildə - 9% və ya 2 milyon ABŞ dolları) təşkil etmişdir. Sərt karantin tədbirləri, sərhədlərin bağlanması, turist səfərlərinə məhdudiyətlər, əhalinin gəlirlərinin azalması - bütün bunlar turizm sahəsinə təsir etmiş və nəticədə iqtisadiyyatın bu sahəsi 90% azalmışdır.

Göstəricilərin dinamikası turizm sahəsində mənfi tendensiyalardan xəbər verir. Azərbaycan üçün nəticələr orta dünya göstəriciləri ilə müqayisədə daha acınacaqlıdır. Məhz elə buna görə də turizmin bərpa edilməsi, onun rəqəmsallaşdırılması və innovativ inkişafı iqtisadi dirçəlişin və iqtisadi artımın, dayanıqlı inkişafın məqsədlərinə nail olunmasının mühüm tərkib hissəsidir.

Müstəqillik dövründə ölkəmiz dövlətçiliyin möhkəmləndirilməsində, sosial-iqtisadi inkişafda böyük nailiyyətlər əldə etmişdir. Ali Baş Komandanın rəhbərliyi altında Azərbaycan ordusunun inamlı qələbəsi ilə başa çatan 2020-ci il 44 günlük Vətən Müharibəsi nəticəsində işğaldan azad edilmiş ərazilərin inkişafı üçün

yeni bir turizm məkanı kimi böyük perspektivlər açıldı. Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarında dayanıqlı turizmin inkişafı bu iqtisadi rayonların dirçəlişinə səbəb olacaqdır.

Pandemiyadan əvvəlki dövrdə dünya turizminin intensiv inkişafı və müxtəlif ölkələrin iqtisadiyyatına təsirinin əhəmiyyətli dərəcədə artması onun hərtərəfli öyrənilməsinin məqsəduyğun olduğunu göstərir.

Azərbaycanda turizm iqtisadiyyatın prioritet və perspektivli sahələrindən biri hesab olunur, qəbul edilmiş mühüm qanunlar, Dövlət Proqramları, respublika başçısının fərman və sərəncamları buna xidmət etmişdir. Azərbaycanda turizm 1999-cu il iyunun 4-də ölkə Prezidenti, ümummillə lider H.Ə.Əliyev tərəfindən “Turizm haqqında” qanun qəbul edildikdən sonra fəal inkişaf etməyə başlamışdır. Bu qanun Azərbaycanda turizmin inkişafının hüquqi əsasını təşkil edən və onun bir sıra istiqamətlərinin inkişaf etdirilməsini müəyyən edən ən mühüm qanunvericilik aktına çevrildi. Prezident İlham Əliyevin hakimiyyəti dövründə turizm sahəsinin əhəmiyyəti və inkişaf perspektivləri xeyli artmışdır. Belə ki, 2022-ci il fevralın 18-də yenilənmiş “Turizm haqqında” qanun qəbul edilmişdir, bununla da daxili turizm sahəsinin şaxələndirilməsi, onun tənzimlənməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi, turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin əsaslarının müəyyənləşdirilməsi, yeni turizm istiqamətlərinin yaradılması və s. ilə bağlı bir çox əlavələr edilmişdir. Bu hüquqi sənədin müddələrinin həyata keçirilməsi innovativ potensialın daha da səfərbər edilməsi və turizm sahəsində biznes modellərinin modernləşdirilməsi imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirəcəkdir. Bundan əlavə, “Azərbaycan Respublikasının sosial-iqtisadi inkişafının milli prioritetləri 2030” strategiyasının təsdiq edilməsi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2 fevral 2021-ci il tarixli sərəncamı xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

XX əsrin əvvəllərində səyahətçilər arasında ölkənin populyarlığının və imicinin artması nəticəsində dövlət turizm siyasətinin kökündən dəyişdirilməsi zərurəti yarandı. Nəticədə 2002-2005-ci illərdə daxili turizmin inkişafına dair ilk Dövlət Proqramı hazırlanaraq uğurla həyata keçirildi. Növbəti belə sənəd 2008-2016-

cı illəri əhatə edir və uzunmüddətli perspektivdə bu sahədə əsaslı dəyişikliyə nail olmağa yönəlib. Azərbaycan hökuməti ölkənin potensialının daha dolğun üzə çıxarılmasına və turizm xidmətləri bazarının inkişafına yönəlmiş digər mühüm direktiv aktlar da (məsələn 2009-2018-ci illərdə kurortların inkişafına dair Dövlət Proqramı) qəbul etmişdir. “Azərbaycan Respublikası regionlarının 2019-2023-cü illərdə sosial - iqtisadi inkişafı haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin sərəncamı ilə qəbul edilmiş proqramlar turizm sahəsində sahibkarlıq mühitinin yaxşılaşdırılmasında və fəaliyyətin səmərəliliyinin artırılmasında əvəzsiz rol oynamışdır. Azərbaycan Prezidentinin 2016-cı il 6 dekabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Milli iqtisadiyyatın və iqtisadiyyatın əsas sektorlarının inkişafına dair strateji yol xəritəsinin əsas istiqamətləri”ndə baza istiqamətlərindən biri də turizm sahəsində ixtisaslaşmış fəaliyyət olub. Bu strateji istiqamətlər ölkənin turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsini, regionlarda turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılmasını, yeni turizm marşrutlarının yaradılmasını, rəqabətqabiliyyətli xidmətlərin göstərilməsini zəruri edir.

Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin əsasında 20 aprel 2018-ci il tarixində ölkədə turizmin inkişafını tənzimləyən dövlət orqanı olan Dövlət Turizm Agentliyi yaradıldı.

Azərbaycanın xarici siyasətinin əsas və mühüm strateji istiqamətlərindən biri də ölkənin turizm məkanı kimi beynəlxalq məkana inteqrasiyası olmuşdur. Ölkəmiz İpək Yolu ilə ən çox bağlı olan on ölkə sırasındadır və onun tarixi marşrutları üzrə turizmin inkişaf etdirməsi üçün nəzərdə tutulmuş ÜTT proqramında iştirak edir.

Pandemiyadan əvvəlki dövrdə turizm sahibkarlığının inkişafındakı müsbət meyillər turist axınının artması, turizm sahəsində yeni müəssisələrin yaradılması, turizm infrastrukturunun formalaşması, mehmanxana təsərrüfatının intensiv inkişaf etdirilməsi və s. ilə səciyyələnir. Bütün bunlar Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin sahibkarlığa böyük hərtərəfli dəstəyi sayəsində mümkün olmuşdur.

Müasir mərhələdə turizmdə sahibkarlıq innovativ sahibkarlıq ideyasına əsaslanan və yeni turizm məhsulunun yaradılmasına, keyfiyyətli xidmətlərin göstərilməsinə və mənfəətin əldə edilməsinə yönəldilmiş sosial-iqtisadi fəaliyyət növü kimi xarakterizə olunur.

Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı prosesləri turist axınının səviyyəsinə və xüsusən bu sahənin iqtisadi göstəricilərinə təsir göstərən prioritet əhəmiyyət kəsb edir, eyni zamanda iqtisadi artımın, ÜDM – in və milli gəlirin artırılmasının müəyyənləşdirici şərtlərindən biridir. Böyük nailiyyətlərə baxmayaraq, turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyəti dövlət tənzimlənməsi sisteminin və mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi hesabına həll edilməli olan bir çox problemlərlə üzləşir. Turizmin və turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin nəzəri-metodoloji məsələlərinin mövcud elmi işləmələr əsasən tematik nöqtəyi – nəzərdən çox fərqlidir. Bəzi nəzəri müddəaların yetərinə işlənməməsi turizmin əhəmiyyətinin və bu sahədə sahibkarlığın aşkar rolunun müxtəlif cür başa düşülməsinə gətirib çıxarır. Bununla yanaşı tez bir zamanda həll edilməli olan problemlər də mövcuddur. Bura innovasiya fəaliyyətinin gücləndirilməsi, infrastrukturun səviyyəsinin yüksəldilməsi, innovasiyanın və rəqəmsallaşmanın tətbiqi, rəqəbatqabiliyyətliliyin yüksəldilməsi və qiymətməmələgəlmənin təkmilləşdirilməsi daxildir.

Bu problemin çoxaspektliyi əsas tendensiyaların elmi şəkildə öyrənilməsini, tədqiqini və müəyyənləşdirilməsini, inkişaf qanunauyğunluqlarının aşkar edilməsini tələb edir. Bu baxımdan turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşdırılması və inkişaf problemlərinin öyrənilməsi məsələlərinə kompleks yanaşılması xüsusi aktuallıq kəsb edir.

Problemin öyrənilmə səviyyəsinə görə demək lazımdır ki, bir çox iqtisadi ədəbiyyatların təhlili və ümumiləşdirilməsi göstərir ki, yerli və xarici alimlərin elmi tədqiqatlarında və nəşrlərində aparıcı yerlərdən birini bu problemin məsələləri tutur. Sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının öyrənilməsinə Azərbaycan alimləri mühüm töhfə vermişlər ki, onların arasında akademik Z.A.Səmədzadəni, E.A.Quliyevi, İ.M.Abbasovu, E.R.İbrahimovu, İ.H.İbrahimovu, B.X.Ataşovu, M.C.Ataşievu, A.Q.Əlirzayevi, E.M.Hacızadə,

A.F.Musayevi, E.Y.Məmmədovu, N.Ə.Cavadovu, F.P.Rəhmanovu, Q.B.Sultanovu, A.Ş.Şəkərəliyevi, A.N. Həsənovu, R.M.Qasımovu və başqalarını göstərmək olar.

Xarici tədqiqatçılardan A.Y.Baranovanın, L.P.Qrişenkonun, N.Q.Kadiyevanın, E.A.Kosinovanın, A.B.Krutikin, M.A.Morozovun, B.S.Novikovun, M.B.Reşetovanın, E.N.Latipovanın və başqalarının əsərlərini qeyd etmək yerinə düşər.

Nəzəri-metodoloji aspektdə bu məsələlər P.Druker, A.Marşall, A.Smit, C.Say, F.Hayek, R.Hisriç, Y.Şumpeter və digər dünya klassikləri tərəfindən tədqiq edilmişdir.

Eyni zamanda, qeyd etmək lazımdır ki, yerli müəlliflər tərəfindən turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı problemlərinin kompleks şəkildə elmi araşdırması nəzərdən keçirməmişdir. Bu problemlərin aktuallığı və kifayət qədər işlənməməsi və onların həllinin xüsusi əhəmiyyəti bu dissertasiya tədqiqatının mövzusunun seçilməsini müəyyən etmişdir.

**Tədqiqatın obyektı.** Tədqiqat obyektini Azərbaycanda sahibkarlıq fəaliyyətini həyata keçirən, əsas vəzifəsi bu təsərrüfatçılıq sahəsinin genişləndirilməsi olan turizm təşkilatları və müəssisələri təşkil edir.

**Tədqiqatın predmeti.** Turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı prosesində yaranan meyllər, qanunauyğunluqlar və iqtisadi münasibətlər tədqiqat predmetinin əsasını təşkil edir.

**Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri.** Dissertasiya işinin əsas məqsədi nəzəri - metodoloji, tətbiqi tədqiqatlarımızın nəticələrinin öyrənilməsi və ümumiləşdirilməsi əsasında Azərbaycanın turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəli inkişafı üçün elmi-praktiki tövsiyələrin işlənilib hazırlanması və əsaslandırılmasıdır.

Bu məqsədə çatmaq üçün dissertasiyada aşağıdakı vəzifələr həll edilmişdir:

- sahibkarlıq fəaliyyətinin xarakteri haqqında alimlərin müxtəlif fikirlərinin öyrənməsi əsasında sahibkarlığın mahiyyətinin və məzmununun aşkar edilməsi;

- turizm sahibkarlığının informasiya infrastrukturunun inkişafı üzrə tədqiqatların aparılması və kompleks tədbirlərin hazırlaması;
- kiçik və orta turizm sahibkarlığının dövlət tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətlərinin əsaslandırması;
- turizm işçilərinin əməyinin həvəsləndirilməsinin təkmilləşdirilməsi mexanizminin hazırlaması;
- turizmin inkişafı səviyyəsinin yüksəldilməsinin Azərbaycanın və Aİ ölkələrinin iqtisadi artımına təsirinin qiymətləndirilməsinə innovativ yanaşmanın tətbiq edilməsi;
- turizm sahibkarlığının səmərəli innovativ inkişaf etdirilməsi üçün tövsiyələrin hazırlaması;
- iqtisadiyyatın əsas sahələrinin inkişafına turizm sahibkarlığının təsirinin qiymətləndirməsi;
- innovativ biznes inkubatorlarının yaradılmasına yeni elmi - metodiki yanaşmanın işlənib hazırlanması;
- turizm sahəsinin investisiya cəlbediciliyinin qiymətləndirilməsinin məqsədəuyğunluğunun əsaslandırması və onun həyata keçirilməsi ardıcılığının müəyyən edilməsi.

**Tədqiqatın metodları.** Tədqiqatın gedişində elmi dərkətmə, müqayisəli və sistemli təhlil, ümumiləşdirmə, statistik metod, dinamik müqayisə, təsnifatlaşdırma, empirik sübutlar, xətti reqressiyalar, proqnozlaşdırma, riyazi təsvirlər və digər elmi yanaşmalardan kompleks şəkildə istifadə edilmişdir.

**Müdafiəyə təqdim olunan əsas müddəalar:**

1. Sahibkarlıq elmi kateqoriyasının bazar iqtisadiyyatının indiki mərhələsinin inkişafı ilə bilavasitə əlaqə müəyyən edilməsi məqsədəuyğun olması;
2. Göstərilən xidmətlərin səmərəliliyinin yüksəldilməsinin mühüm şərti kimi turizm sahibkarlığının informasiya infrastrukturunun inkişafı üzrə qarşılıqlı əlaqə olan və ardıcıl həyata keçirilən tədbirlər sisteminin işlənib hazırlanması;
3. Kiçik və orta turizm sahibkarlığının inkişafının innovativ üsullarından istifadə edilməsi hesabına dövlət tənzimlənməsinin əhatə dairəsinin genişləndirilməsi bütövlükdə sahənin ümumi məhsulunun artmasına kömək etməsi;



4. Turizm sahəsinin inteqral göstəricilərinin artımının bütövlükdə iqtisadi sistemin inkişafına təsirinin qiymətləndirilməsi cəmiyyətin davamlı sosial-iqtisadi inkişafını təmin etməsik;
5. Bütün xidmət spektrini özündə cəmləşdirən, kiçik və orta turizm müəssisələrinin fəaliyyətinin səmərəliliyini əhəmiyyətli dərəcədə artıran biznes inkubatorlar yaradılmasının zəruriliyi;
6. Milli turizm xidmətləri istehsalçılarının rəqabətqabiliyyətinin və səmərəliliyinin artırılması üzrə tövsiyələrin hazırlanması və onların qlobal turizm bazarına daxil edilməsi turizm sahəsinin imicinin və onun cəlbediciliyinin yüksəldilməsi baxımından həlledici əhəmiyyətə malik olması;
7. İqtisadiyyatın turizm sahəsinin işçilərinin fərdi yanaşma əsasında həvəsləndirilməsi sisteminin tətbiqi əmək məhsuldarlığını artıracaq;
8. Turizmin investisiya cəlbediciliyinin qiymətləndirilməsi və sürətlə inkişaf etməkdə olan bu sahəyə investisiyaların əhəmiyyətinin əsaslandırılması, yaxın gələcəkdə milli turizm sahəsinin beynəlxalq aləmdə rəqabət qabiliyyətini əhəmiyyətli dərəcədə artıracaq;
9. Turizm sahibkarlığının əlaqəli sahələrin inkişafına təsirinin qiymətləndirilməsi modellərinin işlənib hazırlanması göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin durmadan yüksəldilməsi və bütövlükdə respublikada milli məhsulun artması baxımından zəruri və məqsədəuyğundur.

**Dissertasiya işinin elmi yeniliyi** mühüm elmi problemin həllində - Azərbaycanın sosial yönümlü bazar iqtisadiyyatı şəraitində turizm sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının nəzəri-metodoloji əsaslarının və konseptual münasibətlərin əsaslandırılması və tədqiqindən, eləcə də onların həyata keçirilməsi üçün həm yaxın, həm də uzunmüddətli dövr üçün praktiki tövsiyələrin işlənib hazırlanmasından ibarətdir.

Dissertasiya işinin əsas elmi yenilikləri aşağıdakılardır:

- sosial-iqtisadi fəaliyyətin xüsusi növü kimi “sahibkarlıq” anlayışına müəllif tərəfindən öz izahı verilmiş və müasir yenilənmiş elmi anlayış işlənib hazırlanmışdır;

- turizm sahəsində sahibkarlığın informasiya infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi problemlərinin həlli edilməsi üçün səmərəli tədbirlər kompleksi müəyyən olunmuşdur;
- kiçik və orta turizm sahibkarlığının dövlət tənzimlənməsinin fəallaşdırılmasının və təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətləri müəyyən edilmiş və elmi cəhətdən əsaslandırılmışdır;
- qısa və uzunmüddətli perspektivdə turizm sahibkarlığının səmərəli innovativ inkişafı üçün elmi və praktiki tövsiyələr işləyib hazırlanmışdır;
- innovativ biznes inkubatorlarının yaradılmasında yeni elmi-metodiki yanaşma təklif edilmişdir;
- turizm sahibkarlığının inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsinin Azərbaycanın və Aİ ölkələrinin iqtisadi artımına təsirinin qiymətləndirilməsində innovativ elmi yanaşma təklif olunur;
- göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsinə yönəldilməklə turizm sahəsində çalışan işçilərin əməyinin stimullaşdırılmasının təkmilləşdirilməsi mexanizmi işlənib hazırlanmışdır;
- turizm sektorunda müəssisələrin investisiya cəlbediciliyinin qiymətləndirilməsi zəruriliyi elmi cəhətdən əsaslandırılmışdır;
- resurs potensialının təhlili əsasında turizm sahibkarlığının kənd təsərrüfatının, nəqliyyat sahəsinin, informasiya texnologiyalarının və iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunun inkişafına təsirinin qiymətləndirməsi üçün bir neçə model işlənib hazırlanmışdır.

**Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti.** Dissertasiya işinin nəzəri əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, klassik və neoklassik nəzəriyyələr kimi irəli sürülən elmi konsepsiyalar sahibkarlığın əhəmiyyətinin hərtərəfli əsaslandırılması və turizmdə praktiki həyata keçirilməsinin müxtəlif aspektlərini ehtiva edir ki, bu da bazar iqtisadiyyatı şəraitində sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafında bir növ təkən rolunu oynayır. Tədqiqatın praktiki əhəmiyyəti dissertasiyada təklif olunan nəticələrdən və praktiki tövsiyələrdən dövlət qurumları, turizm şirkətləri, firmalar, biznes strukturları və peşəkar birliklər tərəfindən təşkilati, iqtisadi və idarəetmə qərarlarının formalaşdırılması və səmərəli inkişafı üçün istifadə etmək

imkanından ibarətdir. Bununla yanaşı, dissertasiyada yer almış materiallar ixtisaslaşdırılmış kadrların hazırlanması, yenidən hazırlanması və ixtisasartırmada istifadə oluna və tədris proqramlarına daxil edilə bilər. Aparılan tədqiqat mürəkkəb xarakter daşıyır, bir sıranəzəri-metodiki müddələrdən və metodiki işləmələrdən ibarətdir və onlardan bakalavr və magistrlərin hazırlanmasında tədqiq olunan problem üzrə akademik fənnin tədrisi prosesində iqtisad profilli universitet və fakültələrdə istifadə edilə bilər.

**Aprobasiya və tətbiqi.** Dissertasiyanın əsas məzmunu Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının tövsiyə etdiyi nüfuzlu yerli və xarici jurnallarda dərc edilmiş 2 monoqrafiyada və 32 elmi məqalədə, 17 tezislərdə və beynəlxalq elmi-praktik konfransların materiallarında ümumilikdə 20-dən çox çap vərəqi həcmində öz əksini tapmışdır. Bu məqalələrdən “Turizm sənayesində sahibkarlığın sosial-iqtisadi istiqaməti” (Bakı, 2011), “Azərbaycanda turizmdə sahibkarlıq infrastrukturunun inkişafı” (Kiyev, 2012), “Turizmdə sahibkarlığın informasiya dəstəyi” (Bakı, 2013), “Azərbaycanın regionlarının sosial problemlərinin həllinə turizm sahibkarlıq fəaliyyətinin təsiri” (Bakı, 2016), “Azərbaycanın turizm xidmətləri bazarında marketing innovasiyaları” (Kiyev, 2016), “Turizm sahəsində sahibkarlıq: investisiya aspekti” (Kiyev, 2016), “Turizm sahibkarlığının inkişafında informasiya infrastrukturunun artan rolu” (Bakı, 2017), «Assessing the degree of national income and its macroeconomic consequences in Azerbaijan» (Kolumbia, 2018) “Turizm sahəsində sahibkarlığın formalaşması və inkişafı” (Bakı, 2020), “Innovation development and entrepreneurship management in tourism of Azerbaijan” 2021, həmçinin “Turizm xidmətləri sahəsində sahibkarlıq fəaliyyəti” (Bakı, 2012), “Turizm sahəsində təşkilatların sahibkarlıq fəaliyyəti” (Batumi-Trabzon, 2013), “Azərbaycanda turizm biznesi: tendensiyalar, problemlər, perspektivlər” (Bakı, 2014), “İnformasiya texnologiyaları və onların turizmin səmərəli inkişafında rolu” (Lvov, 2014), “Turizmdə sahibkarlığın innovativ inkişafının dövlət tənzimlənməsi” (Sankt-Peterburq, 2015), “Turizmdə sahibkarlığın innovativ inkişafı və

intellektual dəstəyi” (Rostov-na-Donu, 2015), “Azərbaycanın milli iqtisadiyyatında turizm ” (Bakı 2017) adlı tezisləri qeyd etmək olar.

Dissertasiya tədqiqatının əsas nəticələri və təklifləri Fransanın turizm bazarında tanınmış “Panorama Assistance Service” (29 may 2017-ci il tarixli sertifikat), habelə Azərbaycan Səyahət Agentliyi “Millennium Turizm, Konqress DMC” tərəfindən istifadə üçün qəbul edilmişdir (şəhadətnamə No 12/02, 2 dekabr 2016-cı il). Bundan əlavə, Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin tədris prosesində istifadə edilmək üçün qəbul edilmişdir (2 dekabr 2016-cı il tarixli arayış No 008 D3 / Bi FD / 782).

**Dissertasiyanın yerinə yetirildiyi təşkilatın adı.**Dissertasiya işi Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının İqtisadiyyat İnstitutunda yerinə yetirilmişdir.

**Dissertasiya işinin ümumi həcmi struktur elementlərinin hər birinin həcmi ilə birlikdə simvollarla ayrıca göstərilmişdir.** Dissertasiya işinin ümumi həcmi - 461768 simvol, o cümlədən giriş - 22764 simvol, I fəsil – 63864 simvol, II fəsil - 94982 simvol, III fəsil – 101766 simvol, IV fəsil - 81087 simvol, V fəsil - 57530 simvol, nəticələr - 10614 simvol, bibliografiya - 29161 simvol. İşdə cədvəllər, qrafiklər, diaqramlar və istinadlar siyahısı nəzərə alınmadan dissertasiya işinin həcmi 432607 simvol təşkil etmişdir.

## **DİSSERTASIYANIN ƏSAS MƏZMUNU**

Dissertasiyanın giriş hissəsində tədqiq olunan mövzunun aktuallığı, onun öyrənilmə dərəcəsi əsaslandırılır, tədqiqatın obyektinə və predmetinə göstərilir, məqsədi, vəzifələri, tədqiqat metodları, habelə müdafiəyə təqdim edilən əsas müddəalar göstərilmişdir. Burada dissertasiya işinin elmi yeniliyi, nəzəri və praktiki əhəmiyyəti yetərinə açıqlanmış, tədqiqat nəticələrinin aprobeşiyası və həyata keçirilməsi, bütövlükdə dissertasiyanın struktur elementlərinin həcmi haqqında zəruri məlumatlar verilmişdir.

Dissertasiyanın “**Sahibkarlığın və turizmin nəzəri və metodoloji əsasları**”adlı birinci fəslində sahibkarlıq nəzəriyyəsi və turizmin konseptual xüsusiyyətləri nəzərdən keçirilir, turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və onun inkişafının

elmi təhlili aparılır, müasir sahibkarlığın xüsusiyyətləri ilə bağlı elmi yanaşmaların təkamül yolu göstərilir.

Turizmdə sahibkarlığın öyrənilməsində elmi başlanğıcı “turizm” anlayışının müəyyən edilməsi hesab olunur. Apardığımız ümumiləşdirmələr onu deməyə imkan verdi ki, turizmin intensiv formalaşması və inkişafı nəticəsində turizm terminologiyası sahəsində mühüm dəyişikliklər baş verir. Bir çox alimlər “turizm” anlayışını müxtəlif nöqtəyi-nəzərdən xarakterizə edirlər. “Turizm” anlayışının şərhindəki çatışmazlıqlar əsasən bu sahənin spesifikliyi ilə bağlıdır. Fikrimizcə, iqtisadi sabitlik amili kimi çıxış edən turizmə diqqət yetirmək, eyni zamanda turizmin və turistlərin qarşılıqlı münasibətlərinin insəməməli inkişafına töhfə verən amilləri və turizm sahəsində turizmlə məşğul olan turizm şirkətlərinin əlaqələrini də nəzərə almaq lazımdır. Turizmin bu tərfi onu müxtəlif nöqtəyi-nəzərdən xarakterizə etməyə imkan verir.

İqtisadiyyat elminin mühüm metodoloji cəhətlərindən biri tədqiq olunan obyektin mahiyyəti və məzmunu anlayışı ilə bağlı olan terminoloji yeniliklərdir.

“Sahibkarlıq” anlayışının çoxlu tərifləri var, lakin hələ də vahid yanaşma formalaşmayıb. Əsas səbəblərdən biri odur ki, sahibkarlıq özü də tədricən inkişaf edib, sərhədlərini və funksional imkanlarını genişləndirib. Məhz buna görə də sahibkarlığın mahiyyətini və məzmununu daim inkişafda dərk etmək lazımdır.

Sahibkarlıq fəaliyyətinin mahiyyətinin öyrənilməsi əsasında alimlərin müxtəlif fikirləri, onların “sahibkarlıq” anlayışı ilə bağlı öz mövqelərini formalaşdırmışlar. Sahibkarlıq öz vəsaitinə əsaslanan və şəxsi məsuliyyət tələb edən, risklə bağlı olan, mövcud qanunvericilik çərçivəsində innovativ inkişafa əsaslanan və mənfəətin qazanılmasına yönəldilmiş xüsusi sosial-iqtisadi fəaliyyət növüdür.

Sahibkarlığın mühüm xarakterik xüsusiyyətlərinə daxildir: təsərrüfat subyektlərinin özünü təşkil etməsi və müstəqilliyi; iqtisadi faydalılıq; sahibkarlıq riski; qeyri-müəyyənlik və məsuliyyət.

Tədqiqatın təhlili göstərdi ki, sahibkarlıq nəzəriyyəsi öz inkişafında beş əsas mərhələdən keçib, bu mərhələləri aşağıdakı kimi formalaşdırmaq olar: birincisi - risklə bağlı olan bu konsepsiyanın yaranması ilə xarakterizə olunur; ikincisi - innovasiyanın ayrılması

ilə fərqlənir; üçüncüsü - sahibkarın yaradıcı keyfiyyətlərinə artan təsir ilə xarakterizə olunur; dördüncüsü - sahibkarlığın əhəmiyyətinin artması ilə seçilir; müasir beşinci mərhələ isə iki əks amilin qarşılıqlı təsiri ilə müəyyən edilir: a) satış bazarları uğrunda rəqabət mübarizəsi; b) işgüzar əməkdaşlıq və tərəfdaşlığın inkişafı.

İşdə belə qənaətə gəlinir ki, klassik və neoklassik nəzəriyyələr kimi irəli sürülmüş elmi konsepsiyalar sahibkarlığın nəzəri əsaslandırılmasının və onun turizmdə ən əhatəli şəkildə həyata keçirilməsinin müxtəlif aspektlərini özündə ehtiva edir və o bazar iqtisadiyyatı şəraitində sahibkarlıq fəaliyyətində bir növ təkan rolunu oynamışdır.

Tədqiqat göstərdi ki, mövcud olduğu bütün dövrlərdə sahibkarlıq, o cümlədən turizm dörd formalaşma və inkişaf mərhələsindən keçmişdir. Birinci mərhələ keçən əsrin 80-ci illərinin sonlarından başlayır. Bu mərhələ kooperativ hərəkatının yaranması ilə bağlı olub, sahibkarlığın sürətli inkişafı ilə səciyyələndirirdi. İkinci mərhələ 90-cı illərin əvvəllərindən başlayır, bu Azərbaycan iqtisadiyyatında gedən əsaslı dəyişikliklərlə bağlıdır. Üçüncü mərhələ 90-cı illərin ortalarında formalaşmışdır. Bu mərhələdə bütün mövcud sahibkarlıq fəaliyyəti növlərinin inkişafında nisbi ləngimə müşahidə olunurdu. Dördüncü mərhələ XXI əsrin əvvəllərinə təsadüf edir və bazar iqtisadiyyatının sosial prioritetlərinin gücləndirilməsi, qanunvericilik və normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi, turizm sahəsinin sürətli inkişafı və dövlət tərəfindən sahibkarlığın dəstəklənməsi üçün səmərəli mexanizmin formalaşdırılması ilə xarakterizə olunur.

Sahibkarın xarakteristikasına elmi yanaşmaların təkamülünün tədqiqi əsasında biz onun müasir iqtisadi sistemin aparıcı subyektii olduğu, sahibkarın şəxsi rolu haqqında birmənalı nəticəyə gəlik və qeyd etməliyik ki, onun şəxsi, peşəkar və hər şeydən əvvəl, işgüzarlıq keyfiyyətləri kifayət qədər uzun bir dövr ərzində inkişaf etmişdir. Müasir şəraitdə sahibkar geniş dünyagörüşünə malik olan, öz fəaliyyətində yeniliklərdən istifadə edən, risk etməyi bacaran, məqsədinə çatmaq üçün hərəkatlarının ardıcılığını proqnozlaşdırma bilən şəxsdir. Bütün bunlar, fikrimizcə, sahibkarlıq fəaliyyətinin

genişlənməsinə, gəlir əldə etmək imkanlarının artmasına və son nəticədə sivil bazar münasibətlərinin inkişafına təkan verəcəkdir.

**“Turizm sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşmasının və inkişafınının təşkilati, iqtisadi və hüquqi əsasları”**adlanan ikinci fəsilə müasir turizmin təşkilati, iqtisadi və hüquqi aspektlərini tədqiq olunur, turizmin iqtisadi fəaliyyətinin onun sahibkarlığının formalaşmasına və inkişafına təsiri aşkar edilir, turizm sahibkarlığına infrastruktur dəstəyinin təşkili göstərilir və turizm sahibkarlığına dövlət tənzimlənməsi və dəstəyinin zəruriliyini əsaslandırır.

Ölkənin turizm bazarının gələcək tədqiqatı üçün dissertasiyada 2011-2020-ci illər ərzində Azərbaycanda gəlmə və çıxış turizminin göstəricilərinin dinamikası təhlil edilmişdir.

Milli turizmin komponentləri kontekstində (gəlmə və çıxış turizmi) göstəricilərindəki meyillər cədvəl 1-də təqdim edilmişdir. Cədvəldən görüldüyü kimi, pandemiyadan əvvəlki dövrdə (2011-2019) Azərbaycana gələn xarici turistlərin sayının artmasında müsbət tendensiya müşahidə edilmişdir. Belə bir tendensiya, şübhəsiz ki, ölkə iqtisadiyyatında və onun turist cəlbediciliyində müsbət dəyişikliklər, burada nüfuzlu beynəlxalq tədbirlərin təşkili, mehmanxana brendlərinin artması və s. ilə bağlıdır. Cədvəl 1-də təqdim olunan məlumatlar pandemiyadan əvvəlki dövrdə xaricə gedən turizmin üstünlük təşkil etdiyini göstərilir. Bu, fikrimizcə, ölkənin kurort-rekreasiya zonalarının, otellər şəbəkəsinin beynəlxalq standartlara cavab verməməsi ilə bağlıdır. Eyni dərəcədə mühüm məsələlərdən biri ondan ibarətdir ki, yerli turizm agentlikləri ölkəyə gəlmə turizminə nisbətən turizmin bu formasının daha yüksək gəlirliliyini nəzərə alaraq öz vətəndaşları üçün xarici turlar təşkil etməyə üstünlük verirlər.

İşdə daxili turizmin intensivləşdirilməsinin məqsədəuyğunluğu əsaslandırılır. Qeyd edək ki, daxili turizmin zəif inkişafının əsas amillərinə, ilk növbədə, ölkədə turizm obyektlərinin sayının azlığı (xüsusilə regionlarda) və turist xidmətlərinin (yerləşdirmə, yemək və logistika) yüksək qiyməti daxildir.

Regionların sürətli inkişafına və tələb olunan yeni iş yerlərinin yaradılmasına xidmətdəcəyininəzərə alsaq, daxili turizmin prioritetliyinin əsaslandırılması real görünür. Qeyd etmək lazımdır

ki, nəticədə respublika vətəndaşlarının xaricə səfərlər üçün xərclədikləri vəsaitlərin müəyyən hissəsi daxili pul dövriyyəsinə yönəldiləcək və bu da öz növbəsində dövlət büdcəsinin mədaxil hissəsinin və ümumi daxili məhsulun artmasına səbəb olacaqdır.

**Cədvəl 1. Azərbaycanda 2011-2020 – ci illər üzrə beynəlxalq turizmin göstəricilər dinamikası (minadam)**

Göstəricilər	İllər									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Azərbaycana gəlmiş xarici vətəndaşların sayı	2239,2	2484,1	2508,9	2297,8	2006,2	2248,8	2696,7	2849,6	3170,4	795,7
O cümlədən turizm məqsədi ilə, onlardan	1561,9	1985,9	2129,5	2159,7	1921,9	2044,7	2454,0	2605,3	2863,5	519,4
İstirahət və əyləncə	519,8	687,8	705,2	709,9	668,8	697,1	839,3	1042,4	1164,0	164,9
İşgüzar	591,9	595,3	648,9	670,5	632,3	691,7	834,4	787,4	850,5	177,5
Müalicə	33,3	43,0	46,2	46,3	36,5	41,5	49,1	63,1	63,9	10,4
Dini	10,5	13,2	13,7	13,7	11,5	12,6	14,7	15,3	16,6	3,0
Qohumları, dostları ziyarət etmək	381,4	607,5	673,7	677,1	542,0	562,0	674,9	651,6	719,9	133,2
Digər turist məqsədləri	25,0	39,1	41,8	42,2	30,8	39,8	41,6	45,5	48,6	30,4
Digər məqsədlər	677,3	498,2	379,4	138,1	84,3	204,1	242,7	244,3	306,9	276,3
Xaricə getmiş Azərbaycan vətəndaşlarının sayı	3550,2	3874,4	4284,7	4244,3	4095,8	4281,9	4108,9	4908,1	5567,7	1164,6
O cümlədən turizm məqsədi ilə, onlardan	2308,2	2828,9	3306,7	3319,4	3256,2	3592,1	3447,4	4096,7	4347,3	746,6
İstirahət və əyləncə	513,1	897,6	1053,9	1014,6	1045,2	1096,1	1054,9	1126,3	1251,7	194,8
İşgüzar	1150,3	1172,3	1290,9	1277,8	1185,3	1371,6	1306,5	900,2	848,8	168,5
Müalicə	92,6	116,5	169,0	169,8	140,0	192,7	189,6	288,6	268,8	42,9
dini	64,0	66,2	82,5	117,8	133,5	127,1	120,1	245,3	250,0	39,2
Qohumları, dostları ziyarət etmək	390,8	457,2	579,9	565,0	592,6	613,9	586,1	844,5	876,4	157,9
Digər turist məqsədləri	97,4	119,1	130,5	174,3	159,6	190,7	190,2	691,8	851,6	143,3
Digər məqsədlər	1242,0	1045,5	978,0	924,9	839,6	689,8	661,5	811,4	1220,4	418,0

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin 2021-ci il üzrə məlumatları əsasında tərtib edilmişdir. S. 289.



Turizm sahibkarlığının prioritet istiqamətlərindən biri mehmanxana biznesidir. COVID-19 koronavirus pandemiyası, demək olar ki, bütün otel göstəricilərinin azalmasına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərdi. Belə ki, Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2020-ci ildə mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin gəlirləri 116,8 milyon manat təşkil etmişdir ki, bu da 2019-cu ilin müvafiq göstəricisindən təxminən dörd dəfə azdır. Nəticədə bu sektorun ÜDM-də payı 1,2 faiz bənd azalaraq 1,2%-ə düşmüşdür.

Mehmanxana təsərrüfatında sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına təsir göstərən amillərə, ilk növbədə, siyasi sabitlik, ümumi iqtisadi vəziyyət, azad rəqabət mühiti, infrastruktur təminatı, qanunvericilik bazası, fəaliyyətə innovativ yanaşma, otel xidmətlərinə tələbat, informasiya və reklam dəstəyi, peşəkar heyət daxildir.

Turizm sahəsi iqtisadiyyatın inkişafına birbaşa və dolayı təsir dairəsinə və gücünə malik olan aparıcı sahələrdən biridir. Araşdırmamıza görə, Azərbaycanda birbaşa təsir nisbətən yüksəkdir, lakin heç də az əhəmiyyət kəsb etməyən dolayı vasitələrə hələ də lazımı əhəmiyyət verilmir. Turizm sahəsinin iqtisadiyyata dolayı təsir turizmin multiplikatoru əmsalı vasitəsi ilə nəzərə alın bilər ki, onun spesifikliyi turizm sahəsinin səmərəliliyi daha qabarıq göstərə bilər.

Ölkənin makroiqtisadi göstəricilərinin strukturunda turizm daxilolmalarının xüsusi çəkisinin dinamikasının təhlili göstərdi ki, 2020-ci ildə turizm daxilolmalarının ümumi ÜDM-də xüsusi çəkisi 1,1 faiz, mal və xidmətlərin ixracının həcmində payı isə 4,8 faiz təşkil etmişdir. (Cədvəl 2-ə baxın). 2019-cu illə müqayisədə 2020-ci ildə qeyri-müəyyənlik şəraitində bu rəqəmlər iki dəfə azalıb. Bununla yanaşı, pandemiyadan əvvəl turizm daxilolmalarının mal və xidmətlərin ixracının ümumi həcmində xüsusi çəkisinin az olması turizm sahəsinin ölkənin iqtisadi inkişafında aparıcı mövqeyə malik olması üçün mövcud ehtiyatlardan və potensial imkanlardan xəbər verir.

Elə bu fəsilə turizm infrastrukturunun bütün mühüm komponentlərinin səmərəli inkişafı üçün turizm sahibkarlığına infrastruktur dəstəyinin təşkili səviyyəsinin yüksəldilməsi təklif

edilir, bu ümumilikdə turizmin səmərəli inkişafına birbaşa təsir göstərəcəkdir.

Turizm infrastrukturunun inkişafı sosial xarakter daşdığından, onun həyata keçirilməsi üçün dövlət və özəl investisiyaları cəlb edilməlidir. Ölkədə balanslaşdırılmamış investisiya strukturunun mövcud olması, yəni iqtisadiyyatın bəzi sahələrinə sərmayə qoyulduğu halda, digərlərinə isə investisiya edilmədikdə, bu vəziyyət konkret biznes növünün zəif infrastruktur dəstəyi ilə bağlı ola bilər.

**Cədvəl 2. Azərbaycan Respublikasının makroiqtisadi göstəricilərinin strukturunda turizmdən daxilolmalarının xüsusi çəkisinin dinamikası**

<b>İllər</b>	<b>Turizm gəlirlərinin ÜDM – in ümumi həcmində payı, (%)</b>	<b>Əmtəə və xidmətlərin ümumi ixracında turizmdən daxilolmaların payı, (%)</b>
2011	1,4	4,0
2012	1,6	7,2
2013	1,8	7,3
2014	2,1	8,3
2015	2,4	12,6
2016	2,4	16,2
2017	2,4	16,2
2018	2,3	11,1
2019	2,4	8,5
2020	1,1	4,8

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin 2021-ci il üzrə məlumatları əsasında tərtib edilmişdir. S. 367,370.

Turizm sahibkarlığının təkmilləşdirilməsi bilavasitə onun informasiya dəstəyindən asılıdır ki, bu da potensial investorlar və tərəfdaşlar haqqında tam məlumatın verilməsini, zəruri marketing tədqiqatlarına və işgüzar konsaltinqə çıxışı və çox dəyərli olan biznes prosesləri üçün hüquqi dəstəyi nəzərdə tutur.

Turizm fəaliyyətinin bu aspektinin əhəmiyyətini nəzərə alaraq, onun ölkə və sahə səviyyəsində informasiya təminatı sisteminin yaradılması ön plana çıxır. Fikrimizcə, sahibkarlığın (o cümlədən turizmin) innovativ yanaşmalardan istifadə etməklə vahid informasiya məkanının formalaşdırılması və bunun əsasında müvafiq

sistemin qurulması məqsədəuyğun görünür. Belə bir sistemin mövcudluğuisğuzar, bank və texniki məlumatlara rahat çıxışı təmin edəcək, yeni tərəfdaşlar və bazarların axtarışını, turizm məhsul və xidmətlərinin hərəkətini xeyli asanlaşdıracaq, həmçinin dövlətinanalitik və istinad məqsədləri üçün kommersiya informasiya resurslarındangeniş istifadə etməyə imkan verəcək.

Turizmin informasiya infrastrukturunun özəyini vahid turizm məkanının yaradılmasında əsas rol oynayan turist informasiya mərkəzləri (TİM) təşkil edir.

TİM çərçivəsində rəqəmsal marketing şəbəkəsinin tətbiqi hesabına real rejimdə uzaqdan çıxış imkanı olan verilənlər bazası mövcud olduqda, bu mərkəzin fəaliyyətindən asılı olmayaraq tələb olunan məlumatları tez bir zamanda əldə etmək mümkün olur. Məsələnin bu cür qoyuluşu turizm bazarının iştirakçıları arasında səmərəli interaktiv ünsiyyətin yaradılmasına yönəldilib.

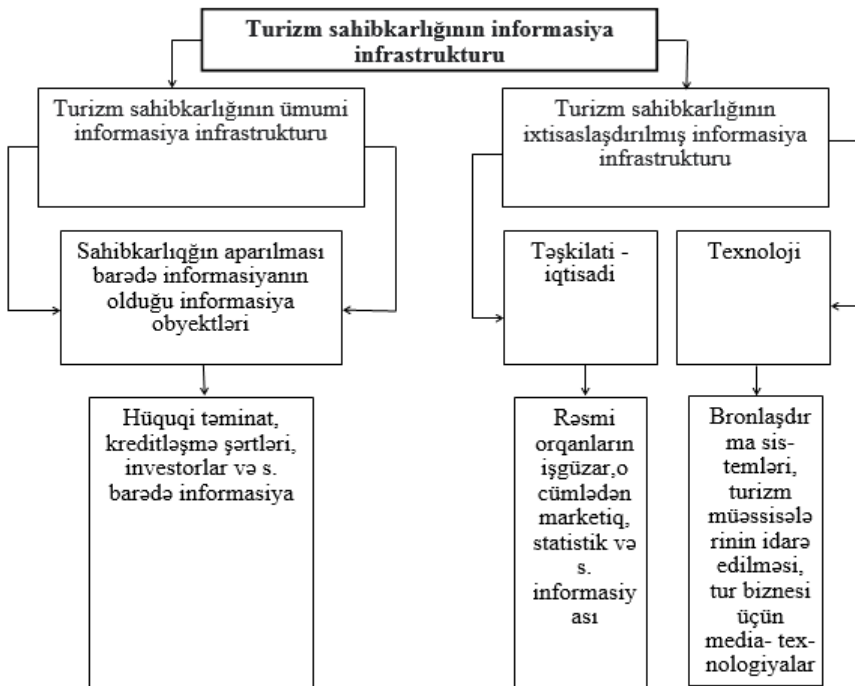
Şəkil 1-ə əsasən görmək olar ki, turizm böyük həcmdə informasiya fəaliyyətini əhatə edir, inteqrasiya olunmuş emal və sahibkarlığın informasiya təminatı sahəsində əldə edilən irəliləyişlərin əsas benefisiarlarından biridir və informasiya infrastrukturunun inkişafına böyük töhfə verir.

Konseptual nəticə ondan ibarətdir ki, turizm iqtisadi fəaliyyət növü kimi yalnız turizm sahibkarlığının ehtiyaclarını adekvat şəkildə ödəyə bilən dolğun turizm infrastrukturunu hesabına səmərəli inkişaf edə bilər.

Azərbaycanda turizm sahibkarlığının inkişaf xüsusiyyətlərinin təhlili müxtəlif iyerarxik səviyyələrdə sahibkarlıq fəaliyyətinin gücləndirilməsinə dövlət tərəfindən tənzimləyici müdaxilənin zəruriliyini göstərdi.

İşdə turizm sahibkarlığında riskin azaldılması üçün onun dövlət tənzimlənməsinin xüsusilə vacib olması sübut edilir. Burada, ilk növbədə, turizm bazarının informasiya şəffaflığının səviyyəsinin artırılmasından söhbət gedir. Bu o deməkdir ki, elə bir şərait yaratmaq lazımdır ki, bazar iqtisadiyyatı ilə bilavasitə bağlı olan qeyri-müəyyənliyin azaldılmasına sahibkarlıq subyektlərinin vəziyyəti və onların təminatı haqqında məlumatların toplanması və saxlanması yolu ilə nail olunsun.

Mövcud qeyri-müəyyənlik şəraitində kiçik və orta sahibkarlıq (KOS) turizm subyektləri üçün dövlət dəstəyi tədbirləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. KOS-ların turizm sahəsində iştirakı əhalinin məşğulluq səviyyəsini artırır, innovativ inkişafa xidmət edir, turizm xidmətlərinin keyfiyyətini yaxşılaşdırır. Bu baxımdan dövlətin siyasəti onlara dəstəyin artırılmasına və ilk növbədə əlverişli şəraitin yaradılmasına, habelə maliyyə yardımının səmərəli mexanizmlərinin formalaşdırılmasına yönəldilib.



**Sxem 1. Turizm sahibkarlığının informasiya infrastrukturu**

Mənbə: Müəllif tərəfindən tədqiqat materialları əsasında tərtib edilmişdir.

Tədqiqatın təhlili kiçik və orta turizm biznesinin dövlət tənzimlənməsinin gücləndirilməsi və təkmilləşdirilməsinin aşağıdakı əsas istiqamətlərinin müəyyən edilməsinə imkan verib: KOS-ların qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi; perspektivli sahələr üzrə KOS-ların inkişafının tənzimlənməsində dövlətin rolunun gücləndirilməsi; KOS-ların stimullaşdırılmasının müasir üsullarının

tətbiqi; KOS-lar üçün dövlət tərəfindən ayrılmış resurslardan (maddi, texniki, maliyyə, informasiya) və innovasiyalardan məcburi istifadəsinə üstünlüklərin verilməsi; xarici iqtisadi əlaqələrin dəstəklənməsi; kiçik və orta biznes üçün kadrların hazırlanmasının (təkmilləşdirilməsi, hazırlanması və yenidən hazırlanması) təşkilinə yardım edilməsi.

Göstərilən istiqamətlərin və tədbirlərin həyata keçirilməsi turizm sahəsinin inkişafında yeni meyillərin formalaşmasını, milli turizm təklifinin şaxələndirilməsini, daxili turizm bazarının inkişafının sabitliyini və davamlılığını təmin edəcəkdir.

**“Turizmdə sahibkarlığın innovativ inkişafının konseptual əsasları və prioritet istiqamətləri”** adlanan dissertasiyanın üçüncü fəsilində turizm sahibkarlığının innovativ inkişafının mövcud vəziyyəti və tendensiyaları təhlil edilir, rəqəmsallaşma prosesləri və turizmdə onun təzahür formaları tədqiq olunur, turizm xidmətləri bazarında marketing innovasiyaları innovativ proseslərin əsas istiqamətlərindən biri kimi nəzərdən keçirir, turizm sahəsində sahibkarlığın innovativ fəallığının artırılmasında dövlətin müəyyənədiçi rolu göstərilir, eləcə də turizmdə sahibkarlığın inkişaf səviyyəsinin artırılmasına, Azərbaycanın və Aİ ölkələrinin iqtisadi artımına təsirinin qiymətləndirilməsində innovativ yanaşma təklif olunur.

Bu fəsilə turizm sahəsində innovasiyaların yaradılmasına və həyata keçirilməsinə mane olan əsas problemlər formalaşdırılmışdır: innovasiyaların tənzimlənməsi və inkişafının zəif hüquqi bazasının olması; innovativ layihələr bazarının zəif təşkil olunması; innovasiya mədəniyyətinin qənaətbəxş olmaması; innovativ layihələrin geri ödəmə müddətinin uzun olması; müəssisələrin innovativ fəaliyyətinə dövlət dəstəyinin və stimullaşdırılmasının qeyri-kafi səviyyədə olması.

Əgər ölkə səviyyəsində klasterin inkişafı üzrə çevik maliyyələşməyə imkan verən mexanizmlər hazırlanarsa klaster yanaşmasından istifadə olunması innovativ potensialın artmasına səbəb ola bilər. Bu mexanizmlərdən istifadə yeni klaster layihələrinin həyata keçirilməsi üçün dövlət maliyyə dəstəyindən çevik istifadə imkanları yaradacaqdır. Fikrimizcə, Azərbaycanın regionlarında

turizm klasterlərinin yaradılması regionlarda turizmin inkişafına təkan verən vasitə rolunu oynayacaq, əhalinin məşğulluğunun genişlənməsinə, əməkhaqqının artmasına və büdcə daxilolmalarına təsir göstərəcək, və çox vacib olanı regionların innovativ mühitinin inkişafına töhfə verəcəkdir.

Turizm biznesinin səmərəli innovativ inkişafı üçün, fikrimizcə, aşağıdakı tövsiyələrdən istifadə etmək məqsədəuyğun olardı:

- Azərbaycanın dünya innovasiya məkanına daxil olması və rəqabətqabiliyyətli milli turizm məhsulunun yaradılması üçün müxtəlif növ innovasiyaların inkişaf səviyyəsinin dərindən təhlil olunması, eləcə də ölkənin turizm sektorunun innovativ potensialının müəyyənləşdirilməsi zəruridir;
- innovativ inkişafın metodologiyasını hazırlayarkən turizm xidmətləri sahəsinə aid olan bütün göstəriciləri qiymətləndirmək, eyni zamanda konkret turizm məkanının şərtlərini nəzərə almaq, habelə turizm ehtiyatlarının vəziyyətini təhlil etmək lazımdır;
- turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətini müasir texnika və texnologiyadan istifadə etməklə əmək, maddi, maliyyə resurslarından istifadənin yeni, hələ mənimsənilməmiş sahələrinin axtarışına yönəlməli;
- sahibkarlar turizmlə bağlı fəaliyyət sahələrində baş verən yeniliklərə vaxtında və operativ reaksiya verməli, öz işlərində müsbət nəticələr əldə etmək üçün ən yeni iş üsullarını yaratmağı bacarmalıdırlar;
- turizm sənayesi turizm müəssisəsinin idarə edilməsi üçün xüsusi proqram məhsullarından tutmuş qlobal kompüter şəbəkələrinin istifadəsinə qədər bütün müasir kompüter texnologiyalarını tətbiq etməlidir;
- əməliyyatın bütün iştirakçıları arasında operativ qarşılıqlı fəaliyyət üçün şərait yaradılmalıdır;
- bazar konyukturasının dəqiq proqnozlaşdırmasını qeyri-mümkün edən innovativ rəqabət şəraitində biznes strukturlarında idarəetmə tərəfindən konkret parametrlərin bütün sistemə ciddi diqqət yetirməlidir.

Yuxarıda göstərilən tövsiyələrin həyata keçirilməsi turizm sahəsində innovasiyaların sürətlə tətbiqinə imkan verəcək, turist təşkilatlarının rəqəbətqabiliyyətlilik səviyyəsinin yüksəldilməsinə və beynəlxalq turizm mühitinə daxil olmasına xidmət edəcəkdir.

Azərbaycan iqtisadiyyatının artımı əsasən bütün sahələrdə, o cümlədən turizmdə rəqəmsallaşma ilə bağlıdır. Pandemiya sonrakı turizmin bərpası və rəqəmsallaşmanın fəal şəkildə tətbiqi iqtisadiyyatın bərpa edilməsinin və onun yüksəlişinin mühüm amillərindən biri olacaqdır. Araşdırmalar göstərdi ki, turizmdə mövcud rəqəmsallaşma tendensiyaları maliyyə axınlarının müvafiq olaraq yenidən istiqamətləndirilməsi və turizmin gəlirliliyinin artırılması üçün şəraitin yaradılması ilə bazar iştirakçılarının addım-addım onlayn sahəyə yönləndirilməsini nəzərdə tutur.

Bizə elə gəlir ki, hazırda ən perspektivli istiqamət turizm sahəsində rəqəmsal məhsulların tətbiqi və inkişafıdır. Səyahət şirkətləri rəqəmsal müştəri dəstəyinə xüsusi diqqət yetirməli, qiymətlərin qorunması taktikasını tətbiq etməlidirlər, çünki qiymət getdikcə turist paketinin alınması qərarında əsas amillərdə birinə çevrilir.

Turizm sahibkarlığı fəaliyyətinin rəqəmsallaşmasının artan tendensiyası təcili olaraq müasir informasiya texnologiyalarından (İT) istifadəni və qlobal internetin üstünlüklərindən, xüsusi ilə turizm məhsulunun yaradılması və onun təbliği mərhələsində səmərəli istifadə olunmasını tələb edir.

Turizmin rəqəmsallaşmasının ən müasir tendensiyası süni intellekt (AI). Bu sahədə bir çox ekspertlərin fikrincə, süni intellekt texnologiyalarının potensialı axtarış sistemlərinin və insanların imkanlarından dəfələrlə çoxdur. Yaxın gələcəkdə bizə elə gəlir ki, süni intellekt turizmi əsaslı şəkildə dəyişəcəkdir. Turizm sahibkarlığında dəyişikliklər nöqtəyi-nəzərindən süni intellekt turistlərə xidmətin keyfiyyətinə təsir göstərə, fərdiləşdirilmiş xidmətlər göstərə, real insanların ehtiyaclarını daha yaxşı ödəyə bilər.

KOS-ların turizm sahəsində iştirakı innovativ inkişafa, o cümlədən rəqəmsallaşma proseslərinin təkmilləşdirməsinə imkan verəcəkdir. Kiçik və orta turizm sahibkarlığının intensiv inkişafı

üçün mövcud rəqəmsallaşma potensialı daha çox konkret subyektin və bütövlükdə sahənin texnoloji və maliyyə imkanlarından asılıdır.

Turizm sahəsinin rəqəmsallaşması müxtəlif təzahür formalarına malikdir. Bura daxildir: hazır turların onlayn alışı; mobil əlavələr; blokçeyn texnologiyası; həvəskar turların rəqəmsallaşdırılması.

Gələcəkdə turizmin rəqəmsallaşması tendensiyaları dəyişəcəkdir. Ofisləri oflayn olan ənənəvi turizm şirkətlərinin bazardan sıxışdırılması prosesi başlayacaqdır. Yalnız istehlakçılara xidmətlərin göstərilməsində fərdiləşdirmə prosesini uğurla həyata keçirən turizm təşkilatları rəqabət üstünlüklərinə malik olacaqlar, onlar potensial müştəriləri daimi müştərilərə çevirməklə yüksək mənfəətin əldə edilməsi əsasında uğur qazanacaqlar.

Tədqiqat nəticəsində turizm sahəsində rəqəmsal texnologiyaların inkişafına mane olan aşağıdakı amillər müəyyən edilmişdir: normativ - hüquqi (rəqəmsal sahəyə keçid prosesində subyektlərin əlaqəsini tənzimləyən hüquqi məkanın olmaması); maliyyə və iqtisadi (kiçik və orta turizm sahibkarlığı üçün bu fəaliyyət sahəsinin rəqəmsallaşmasına böyük məbləğdə pul ayırmaq çox çətin, dəstək və stimullaşdırma isə nəzərdə tutulmamışdır); ümumi vəziyyətin sabitliyi (rəqəmsal məkana inteqrasiya üçün regionların siyasi və maliyyə resurslarında müxtəliflilik); əhalinin rifah səviyyəsinin qeyri-kafiyi (çoxfunksiyalı qadectlərin əldə edilməsinin və turist səfərlərində pullu internet xidmətlərindən istifadənin mümkünüzlüyü); əhalinin rəqəmsal savadsızlığı (bir çoxlarının rəqəmsal texnologiyaların böyük imkanları haqqında heç bir məlumatı yoxdur və ya natamam biliyə malikdir).

Yuxarıda göstərilən amillərin hamısının aradan qaldırılması Azərbaycanın turizm sahəsində rəqəmsal texnologiyaların davamlı inkişafına imkan verəcəkdir.

Bu fəsilə turizm xidmətləri bazarında marketing innovasiyaları nəzərdən keçirilir. Qeyd olunur ki, turizm xidmətləri bazarının tədqiqi və turizm məhsulunun təbliği sahəsində yeniliklər rəqiblərin, müştəri bazarının monitorinqi sistemlərinin inkişafı, imicin yaradılması, reklam kampaniyalarının aparılması, müştərilər üçün bonus proqramlarının hazırlanması, bütün bu xüsusiyyətlər



marketing tədqiqatı sahəsində innovasiya strategiyasına daxildir. Fikrimizcə, turizm sahəsində marketing tədqiqatlarının uğurla aparılması üçün aşağıdakı sxem üzrə hərəkət etmək lazımdır: istehlakçıların üstünlükləri və maraqları – bazarın öyrənilməsi - yeni formaların tətbiqi və müştəri məmnuniyyəti hesabına mənfəətin əldə edilməsi. Bizim təklif etdiyimiz hərəkətlərin ardıcılığı turizm təşkilatı tərəfindən həyata keçirilməlidir. Çünki həyata keçirilməsi üçün yeni xidmətlər paketini təklif edən bu qurumun əsas vəzifələrindən biri istehlakçıların maraq və üstünlüklərinin dərindən öyrənilməsi olmalıdır. Buna görə də marketing tədqiqatları bu cür məlumatların verilməsində mühüm mənbə olmalıdır.

Tədqiqat belə nəticəyə gəlməyə imkan verir ki, turizm xidmətləri bazarı yeni marketing ideyalarının istifadəsi üçün ən perspektivli sahədir və onlardan istifadə rəqabət üstünlüklərinin əldə edilməsinə kömək edəcəkdir. Bununla yanaşı, turizm xidmətləri bazarının marketing tədqiqatları ölkənin və ya ayrıca regionun ərazi potensialından optimal istifadə edilməsi üçün yaxşı bir əsas ola bilər.

Turizm sahəsində innovasiyaların işlənilib hazırlanması və tətbiqi müxtəlif fəaliyyət sahələrinin səylərini tələb edir. Ona görə də onun inkişafının innovativ yolunu dövlətin fəal iştirakı olmadan təsəvvür etmək mümkün deyil. Bununla əlaqədar, biz iki əsas şərtin yerinə yetirilməsini zəruri hesab edirik: innovativ layihələrin yaradılmasında və həyata keçirilməsində dövlətin fəal iştirakı, onun dəstəyi və vəsaitlərin ayrılması, o cümlədən layihələrin həyata keçirilməsinə, turizmin və onun sahibkarlığının innovativ inkişafı sahəsinə subsidiyaların verilməsi.

Dövlətin prioritet məqsədlərindən biri də KOS-ların innovativ inkişafı üçün lazımi şəraitin yaradılmasıdır. Dünya praktikasında kiçik biznesi dəstəkləmək üçün müxtəlif üsullar mövcuddur, lakin adı biznes inkubator olan xüsusi struktur geniş yayılmışdır. Biz biznes inkubatorun yaradılmasına yeni yanaşma təklif edirik ki, onun özəlliyi öz biznesinə başlayan sahibkarın serviz xidmətinin təşkilidir. İşdə biznes inkubatorun yaradılmasının ətraflı mexanizmi təqdim olunur, onun məqsəd və vəzifələri müəyyən edilmişdir.

İnnovativ biznes inkubatorlarının yaradılması üçün təklif olunan yeni elmi-metodiki yanaşma kiçik və orta turizm

müəssisələrinin kəmiyyət və keyfiyyətə artımına və rəqabət qabiliyyətinə, eyni zamanda turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasına müsbət təsir göstərəcəkdir.

İşdə Azərbaycan və 18 Aİ ölkəsi üzrə məlumat nümunəsi əsasında turizm sahibkarlığının inkişafı göstəricilərinin ölkənin iqtisadi artımına təsiri təhlil edilmişdir. Azərbaycanın və Aİ ölkələrinin turizm sahəsində sahibkarlığın inkişafının müsbət iqtisadi təsiri korrelyasiya və reqressiya təhlilinin nəticələri ilə əsaslandırılmışdır. (Arellano-Bond panel məlumatlarının qiymətləndirilməsinin dinamik reqressiya modeli). Təcrübi şəkildə təsdiq edilmişdir ki, ölkəyə gələn turistlərin sayının 1% artması adambaşına düşən ÜDM-in dəyərinin orta hesabla 3,38% artmasına səbəb olur; beynəlxalq turizm çərçivəsində uçuşların sayı - 1,33%, beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlirin ümumi ixracda xüsusi çəkisi - müvafiq olaraq 3,64% artmış olur. Eyni zamanda, müəyyən edilib ki, turizm xidmətləri sahəsinin rəqabət qabiliyyəti birbaşa olaraq ölkənin innovativ inkişaf səviyyəsindən və turizmin rəqəmsallaşmasından, xüsusi ilə informasiya-kommunikasiya texnologiyalarına (İKT) hazırlıq səviyyəsindən asılıdır. Azərbaycanda İKT-yə hazırlığın yaxşılaşdırılmasının səmərəsi Aİ ölkələri ilə müqayisədə 2 illik gecikmə ilə daha uzun müddət əldə edilir). Ölkənin İKT-yə hazırlığının 1% artırılmasının Azərbaycanda və Aİ ölkələrində turizmin rəqabət qabiliyyətinin orta hesabla 0,49% artmasına səbəb olması, ölkənin innovativ inkişaf səviyyəsinin artımı - 0,72% olması empirik yolla təsdiq edilmişdir. Buradan belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, Azərbaycan və Aİ ölkələrinin hökumətləri, eləcə də digər maraqlı tərəflər (biznes, investorlar, startaplar və s.) turizmdə sahibkarlığın səmərəli inkişafı üçün təkə turizmin istiqaməti ilə məhdudlaşmamalıdırlar. Bu gün prioritet olan İKT və rəqəmsallaşma, eyni zamanda, bütövlükdə ölkənin digər trend sahələrini də əhatə etməklə innovativ inkişaf səviyyəsini yüksəltməkdədir.

**“Turizm sahibkarlığının inkişafının sosial problemlərin həllinə təsiri”** adlanan dissertasiya işinin dördüncü fəslində turizm sahibkarlığının inkişafı ilə əhalinin məşğulluğa olan tələbatının ödənilməsi arasında qarşılıqlı əlaqəni olması üzə çıxarılır, turizm

sahibkarlığının əhalinin həyat səviyyəsi və keyfiyyətinə təsiri müəyyən edilir, Azərbaycanda və bir sıra digər ölkələrdə turizmin inkişafının və onun sahibkarlığının sosial problemlərin həlli, sahibkarlıq strukturlarında kadr motivasiyasının stimullaşdırılması və idarə olunması sistemi baxımından müqayisəli xarakteristikası verilmişdir.

İqtisadiyyatın turizm sahəsində işçilərin xeyli hissəsi xidmət sahəsində (turizm şirkətlərinin, hotellərin, mehmanxanaların və s. işçilərinin), eləcə də maddi istehsal sahəsində (yol tikintisi, hotel, mehmanxana və s.) məşğul olurlar.

Cədvəl 3-də turizm müəssisələrinin və turizm fəaliyyəti ilə məşğul olanların sayının dinamikası verilmişdir.

**Cədvəl 3. Turist təşkilatlarının və onlarda çalışan işçilərin sayının (adam) dinamikası**

	İ l l ə r									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Turizmde çalışanların ümumi sayı	1541	1730	1729	1794	1586	1838	1891	2074	2205	1464
Onlardan:										
Dövlət müəssisələrində	17	18	24	14	16	16	29	32	68	78
Qeyri dövlət müəssisələrində	1524	1712	1705	1780	1570	1822	1862	2042	2137	1386
O cümlədən										
Özəl	1476	1596	1592	1675	1443	1642	1689	1861	1937	1279
Xarici	23	28	33	28	27	78	57	65	125	69
Birgə	25	88	80	77	100	102	116	116	75	38
Turist təşkilatlarının sayı	141	170	197	218	243	272	339	374	432	300

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin 2021-ci il üzrə “Azərbaycanda turizm” statistik toplusunun məlumatları əsasında tərtib edilmişdir, səh.13.

Cədvəldən görüldüyü kimi, 2020-ci ildə bütün əvvəlki illərlə müqayisədə turizmde işləyənlərin sayı ən azdır. Qeyri-dövlət turizm müəssisələrində də vəziyyət belədir. Təhlil olunan dövr ərzində bu sahədə dövlət müəssisələrində məşğulluğun səviyyəsi 4 dəfədən çox artmışdır. Turizm təşkilatlarının sayına gəlincə, 2020-ci ildə 2019-cu illə müqayisədə onların sayı 132 təşkilat azalıb. Etiraf etmək lazımdır

ki, yuxarıda göstərilən bütün göstəricilər 2020-ci ilə qədər sabit artım nümayiş etdirdi. Turizm sektorunda işçilərin məşğulluğunun azalmasının səbəbi həm sahə daxilində, həm də xaricində iş yerləri üçün təhlükə yaradan koronavirus pandemiyası olmuşdur.

Tədqiqatımızın göstərdiyi kimi, ölkə əhalisinin bu fəaliyyət sahəsinə cəlb edilməsi potensialı çox böyük olsa da, turizm sahəsində bilavasitə işləyənlərin say səviyyəsi və strukturu kifayət qədər səmərəli deyildir. Fikrimizcə, kiçik və orta biznesin inkişafı yolunda bütün çətinlikləri aradan qaldırmaq lazımdır, çünki bu iki sahədə işçilərin sayının artırılması üçün böyük imkanlar mövcuddur.

Azərbaycanın şəhər və rayonlarında turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan təşkilatların gəlirləri təhlil edilmişdir. Təhlildən məlum olur ki, pandemiya əvvəl, yəni 2020-ci ilin yanvar-fevral aylarında turizm təşkilatlarının gəlir göstəriciləri yüksək olub. Karantin tədbirlərinin başlanması və sərhədlərin bağlanması ilə turizm sahəsinin gəlirləri praktiki olaraq yox olub. Belə vəziyyət ölkənin gəlirlərinə və müvafiq olaraq əhalinin həyat səviyyəsinə və keyfiyyətinə təsir göstərmişdir.

Belə hesab edirik ki, turizm infrastrukturunun bütün elementlərinin səmərəli qarşılıqlı əlaqəsi əhalinin həyat keyfiyyətini, ərazinin sahibkarlar, investorlar, turistlər və istirahət edənlər üçün cəlbediciliyini artıracaq.

Bu fəsildə qonşu Gürcüstanın və bir sıra digər dövlətlərin təmsalında ayrı-ayrı ölkələrdə turizmin və onun sahibkarlığının inkişafının Azərbaycanı əhəmiyyətli dərəcədə üstələməsinin səbəblərinin müqayisəli təhlili aparılmışdır. Coğrafi, tarixi və mədəni əlaqələrə əsaslanaraq biz aşağıdakı ölkələri - Gürcüstan, Qazaxıstan, Rusiya və Türkiyəni seçmişik.

Azərbaycanda və yuxarıda sadalanan ölkələrdə turizmin və onun sahibkarlığının inkişafının müqayisəli təhlili göstərdi ki, demək olar ki, bütün tədqiq edilmiş göstəricilər üzrə Gürcüstan lider ölkədir. Gürcüstanda turizmin inkişafındakı uğurlar turizm şirkətlərinin dövlət tərəfindən vergi güzəştləri və subsidiyalar şəklində güclü dəstək alması nəticəsində mümkün olmuşdur, nəticədə sahibkarlar səyahət xidmətlərinin qiymətlərini aşağı salmaq imkanı əldə etmişlər. Ona görə də Gürcüstanda turist xidmətlərinin qiymətləri

Azərbaycandan iki dəfə ucuzdur. Müəyyən edilmişdir ki, ölkəmizdə turizm xidməti Gürcüstan və Türkiyənin analoji xidmət və turizm sənayesi təşkilatları ilə müqayisədə hələ də rəqabətədavamlı deyil.

Bizim əsas əldə etdiyimiz nəticə ondan ibarətdir ki, turizmin və onun sahibkarlığının səmərəli inkişafı o zaman mümkündür ki, turizm siyasətinin koordinasiyasını təmin edə biləcək mexanizm olsun. Bu mexanizmlər ölkənin inkişaf perspektivləri ilə birlikdə “ Miil iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sahələri üzrə Strateji Yol Xəritəsi”ndə əsas prioritetlər kimi müəyyən edilmişdir. Məhz bu koordinasiya biznes turizminin xərclərini artıracaq.

Turizm müəssisələrinin işçilərinin əməyinin qiymətləndirilməsi və stimullaşdırılmasını, fikrimizcə, kifayət qədər və əsaslı hesab etmək olmaz və elə bununla bağlı dissertasiyanın bu fəslində onların əməyinin stimullaşdırılmasının təkmilləşdirilməsi mexanizmi təklif olunmuşdur. Fəaliyyətin nəticələrinin qiymətləndirilməsinin təkmilləşdirilməsi və turizm müəssisələrinin rəhbər və mütəxəssislərinin əməkhaqqının əsaslandırılmasının yüksəldilməsi, onların fəaliyyətinin yekun nəticələrinə görə müəyyən edilməsi, motivasiya prosesinin inkişafı və iş şəraitinin yaxşılaşdırılması və iqtisadi fəaliyyətin bu sahəsində sahibkarlıq mühitinin yaxşılaşdırılması üçün konkret təkliflər verilmişdir. Belə bir qiymətləndirmə üçün biz turizm müəssisələrində mütəxəssislərin şəxsi keyfiyyətlərindən və işin icra keyfiyyətindən asılı olaraq, habelə müəssisənin əldə etdiyi nəticələr nəzərə alınmaqla yerinə yetirdikləri funksiyaların dəyərinin müəyyən edilməsinə əsaslanan funksional məsrəf metodundan istifadə edilməsini təklif edirik. Hesablama texnikası kimi bütün icra edilən funksiyaların mürəkkəblik səviyyəsinə görə sıralamasını təklif olunur. Bu funksiyaların hər birinə xüsusi çəki əmsallarının təyin edilməsi təklif olunur ki, bu da ümumilikdə yüz faizə və ya ballara bərabər olmalıdır. Bu yüz faiz və ya ballar rəsmi əmək haqqına uyğun gəldiyi üçün hesablama aparıldıqdan sonra vəzifə təlimatında qeyd olunan hər bir funksiyanın dəyərini müəyyən etmək mümkün olacaq. Dissertasiya işində hər bir struktur bölmənin bütün işlərinin dəyərini bu cür müəyyənləşdirmək təklif olunur. Bu mükafatların dəqiq və ədalətli

şəkildə bölüşdürülməsini, turizm sahəsində menecerlərin və işçilərin maaşlarının etibarlılığını artırır.

**“Turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafının əsas istiqamətləri”**adlanan dissertasiyanın beşinci fəslində turizm sahibkarlığında investisiya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi, dövlət-özəl tərəfdaşlığı əsasında onların inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsinin əsas istiqamətləri müəyyən edilmiş, turizm sahibkarlığının iqtisadiyyatın əsas sahələrinin inkişafına təsirinin artırılması yolları göstərilmişdir.

Turizmdə sahibkarlığın inkişafı, onun səmərəliliyi daha çox investisiyaların cəlb edilməsi ilə bağlıdır. Bölgələrin və turizm müəssisələrinin iri kapital qoyuluşuna olan tələbatları əsasən dövlət xətti ilə təmin edilir. Bununla yanaşı, turizmin investisiya cəlbediciliyini nəzərə alaraq, özəl investisiyaların səfərbər edilməsi və onların dövlət investisiyaları ilə əlaqələndirilməsi bu sahədə sahibkarlığın formalaşması və inkişafının səmərəliliyinə mühüm müsbət təsir göstərə bilər.

İqtisadiyyatın bərpasına təsir edən əsas amillərdən biri də turizm sahibkarlığın intensiv inkişaf etdirilməsinə investisiyaların cəlb edilməsinin tənzimlənməsidir. İqtisadiyyatın turizm segmentinin investisiya vektorunun tənzimlənməsinin ən mühüm problemlərini qeyd edək: sağlam rəqabət üçün əlverişli mühitin formalaşdırılması; turizm sektorunun mütərəqqi artımının və hərtərəfli modernləşdirilməsinin təmin edilməsi; stabil müqavilələri olan turizm müəssisələrinin rentabellik və gəlirlilik səviyyəsinin yüksəldilməsi.

Müasir şəraitdə turizm sektorunda sahibkarlıq subyektlərinin investisiya cəlbediciliyinin qiymətləndirilməsi heç də az əhəmiyyət kəsb etmir, çünki investisiya layihəsinə baxılması və onunla bağlı risklərin qiymətləndirilməsi prosesində səfərbər edilmiş resursların əhatə dairəsinin sübut edilməsinə xüsusi tələblər qoyulur. Belə bir obyektiv faktı da qeyd etmək lazımdır ki, əksər hallarda bu cür prosedurlar həyata keçirilmir.

Fikrimizcə, turizm müəssisəsinin investisiya cəlbediciliyinin təhlili və qiymətləndirilməsi zamanı aşağıdakı kimi qruplaşdırılmış məcmu göstəricilər sistemindən istifadə etmək məqsədəuyğun olardı:

I-ci qrup – investisiya cəlbediciliyinin qiymətləndirilməsi; II-ci qrup - işin iqtisadi səmərəliliyinin və resursların səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi; III-cü qrup - bazarın rəqabət qabiliyyətinin qiymətləndirilməsi.

Müəssisənin investisiya cəlbediciliyini qiymətləndirmək üçün göstəricilərin birinci qrupuna, fikrimizcə, müəssisənin maliyyə vəziyyətinin qiymətləndirilməsinə imkan verən göstəricilərin daxil edilməsi məqsəduyğunlardır. İkinci qrup göstəricilər müəssisənin inkişaf tempini resurslardan optimal istifadə edilməsi və bu müəssisənin səmərəliliyinə nail olmaq nöqtəyi-nəzərindən qiymətləndirilməsini təmin etməlidir. Bu zaman resursların səmərəliliyi funksiyası hesablanmalıdır. Üçüncü qrupa bazarın rəqabət qabiliyyəti göstəriciləri daxil edilməlidir, yəni müəssisənin müvafiq bazarda mövqeyi: müştəri bazasının miqyası, göstərilən xidmətlərin həcmi və dinamikası, göstərilən xidmətlərdən əldə edilən gəlirin miqdarı, fəaliyyət miqyasının genişləndirilməsi və s.

Bizim tərəfimizdən təklif olunan investisiya cəlbediciliyinin qiymətləndirilməsi sxemi eyni zamanda investisiyaların cəlb edilməsi üsulu kimi çıxış edir, çünki o, müəssisənin investorlar üçün cəlbediciliyinin əsas parametrlərini xarakterizə edir.

Azərbaycan üçün əlverişli investisiya mühitinin yaradılması əsas prioritet vəzifələrdən biri hesab olunur. Bu, ilk növbədə, bir sıra səbəblərlə bağlıdır ki, bu səbəblərdən aşağıdakıları göstərmək olar: mövcud maddi-texniki bazanın modernləşdirilməsi, tətbiq edilən turizm məhsul və xidmətlərinin çeşidinin yenilənməsi, onların həcmnin və istehlakçılara satışının artırılması. İnteraktiv investisiyaların cəlb edilməsinin mahiyyətinə və üsullarına, yerli müəssisələrin turizm sahəsində pozitiv investisiya təcrübəsinin populyarlaşmasına şərait yaradılmasına xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Bu bölmədə təklif olunan konkret tövsiyələr turizm sahibkarlığına xarici investisiyaların həcmnin artırılmasına xidmət edir. Bu problemin həllinə yönəldilmiş ardıcıl tədbirlərdən aşağıdakıları göstərmək olar: turizm sahəsində investisiya mühitinin köklü surətdə yaxşılaşdırılması; xarici investorlar üçün mövcud stimullaşdırma sistemini müasir tələblərə uyğunlaşdırması; turizm sahəsində dünya standartlarına nail olmaq məqsədi ilə ölkənin

beynəlxalq əməkdaşlığının yaradılması və onun daha da inkişaf etdirilməsi; xarici investorların fəallaşdırılması və yerli strukturlarla işgüzar qarşılıqlı əlaqələrinin konstruktivliyinə inamını artırmaq üçün marketinq strategiyasının gücləndirilməsi və turizm sahibkarlığı sahəsində marketinq fəaliyyətinin səmərəliliyinin artırılması.

Yuxarıda sadalanan tədbirlər turizm sahəsində investisiya fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasına, son nəticədə isə iqtisadiyyatın bu sahəsində fəallığın və sahibkarlıq fəaliyyətinin səmərəliliyinin artmasına xidmət edəcəkdir.

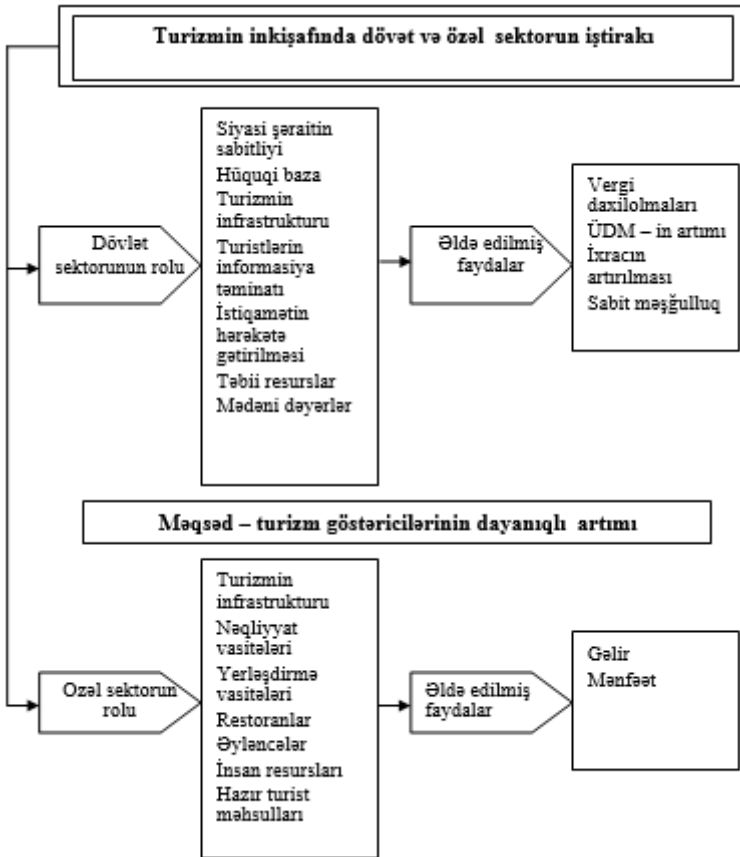
Dünya təcrübəsindən məlum olur ki, indiki mərhələdə turizmin inkişafı strategiyasının həyata keçirilməsi artıq yalnız dövlətin səlahiyyəti sayıla bilməz, o dövlətin bizneslə qarşılıqlı əməkdaşlığı ilə həyata keçirilməlidir. Belə bir “ittifaqın” səmərəli modeli dövlət-özəl tərəfdaşlığıdır (DÖT). Bu baxımdan biz bu tərəfdaşlıq formasını turizm sahibkarlığının inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsində mühüm amil kimi nəzərdən keçirməyi məqsədəuyğun hesab edirik.

2 sayılı sxemdə turizmin inkişafında dövlət və özəl sektorların iştirakı ilə bağlı təklif etdiyimiz variant verilmişdir. Sxemdən görüldüyü kimi, dövlət tərəfindən yüksək səviyyəli səlahiyyətlərin həyata keçirilməsi biznesin fəal inkişafını təmin edir və nəticədə biznes mənfəət qazanır, dövlət isə öz növbəsində ÜDM-in artırılmasına, vergi daxilolmalarına, turizm sahəsində məşğulluğun genişlənməsinə səbəb olan ixracın artmasına və yeni iş yerlərinin yaradılmasına nail olur. Dövlət üçün turizmin inkişaf etdirilməsinin sosial-iqtisadi təsirinə baxmayaraq, bu, kifayət qədər ağır bir iş hesab olunur. Mənfəətin əhəmiyyətli hissəsi özəl sektorun sərəncamında qalır, halbuki dövlətin turizm infrastrukturunu dəstəkləmək xərcləri çox böyükdür və onun gəlirləri hesabına ödənilmir. Dövlətin kifayət qədər maliyyə imkanlarının olmaması və özəl sektorun isə maliyyə imkanlarının olması onların DÖƏ çərçivəsində birləşməsinə məqsədəuyğun edir.

Belə hesab edirik ki, ölkə iqtisadiyyatda “dövlət-biznes” vəhdətliyi yüksək sinergik səmərə hesabına müsbət dəyişikliklərin əldə olunmasına xidmət edəcək, bununla da ölkənin hərtərəfli və uğurlu inkişafının təmin edilməsində təsirli rol oynayacaq, ayrı-ayrı



təsərrüfat subyektlərinin nəzərdə tutulan məqsədləri həyata keçiriləcəkdir.



**Sxem 2. Dövlət və özəl sektorun turizmin inkişafına töhfəsi və onların faydaları**

Mənbə: tədqiqat materialları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir.

Maraqların gözlənilməsinin məqsədəuyğunluğu turizm infrastrukturunun prioritet problemlərinin həlli üçün DÖƏ çərçivəsində “dövlət-biznes” əlaqəsində səylərin əlaqələndirilmiş şəkildə tətbiqi bir – bir ilə bağlı olan amillərin müxtəlifliyi ilə müəyyən edilir. Onlardan aşağıdakıları göstərmək olar:

- resurs məhdudiyətləri, bununla əlaqədar olaraq dövlət turizm infrastrukturunun problemlərini kompleks şəkildə yalnız büdcə vəsaitləri hesabına (yəni sahibkarlıq kapitalını investisiya etmədən) həll edə bilmir;
- iqtisadiyyat və maliyyədəki vəziyyətin dəyişkənliyi şəraitində biznes zəmanətli investisiya üçün obyektlər axtarışındadır;
- kommersiya şirkətləri üçün xarakterik olan (dövlət strukturlarına nisbətən) daha rəşional idarəetmə və çoxşaxəli mühitə çevik uyğunlaşmanın mövcudluğu.

DÖƏ-nin səmərəliliyi xüsusilə innovativ yönümlü iri turizm layihələrinin həyata keçirilməsində özünü göstərir. Bu zaman, fikrimizcə, iki məcburi şərtə əməl etmək çox vacibdir:

- dövlət tərəfindən strateji məqsədlərin dəqiq müəyyən edilməsi və lokal layihələrin həyata keçirilməsi yolu ilə onlara nail olunması;
- ümumi layihələrin həyata keçirilməsi dövründə dövlət və biznes arasında tərəfdaşlıq qaydalarının müəyyən edilməsi.

Biz belə hesab dirik ki, Azərbaycan iqtisadiyyatının turizm sahəsində DÖƏ modeli fərdi real layihələr üçün bu tərəfdaşlığın ümumi hədəf proqramının konkretləşdirilməsi istiqamətində inkişaf etməlidir.

Ölkə turizmin inkişafı üçün DÖƏ-nin üstünlüklərindən istifadə bu sahənin potensialının tam cəlb edilməsinə yönəldilmişdir və nəticədə onun sahibkarlıq səviyyəsinin artmasına xidmət edir.

Bu fəsilə turizm fəaliyyətinin iqtisadiyyatın digər sektorlarına (kənd təsərrüfatı, nəqliyyat, informasiya texnologiyaları və qeyri-neft sektoru) təsirinin bir neçə ekonometrik modeli təqdim olunur.

Azərbaycan iqtisadiyyatının qeyri-neft sektorunda turizm mühüm yer tutur. Məhz buna görə də təhlilin ən mühüm elementi turizmin qeyri-neft sektorunun inkişafına təsiridir. Bu modeldə loqarifmik reqressiya göstərir ki, turizm gəlirlərindəki 1% artım qeyri-neft ÜDM-də 0,76% artıma səbəb olur.

Turizmin və onun sahibkarlığının iqtisadiyyatın əsas sahələrinə təsirinin qiymətləndirilməsi üçün bir neçə model həyata keçirilməsi nəticəsində demək olar ki, iqtisadiyyatın digər sahələrinə kəmiyyət

təsiri reqressiya modelində dəyişənlərin loqarifmik çevrilmələrindən istifadə olunur.

Məhz bu modellər ənənəvi ən kiçik kvadratlar modellərindən əhəmiyyətli dərəcədə üstündür və dəyişən proqnozlar zamanı daha dəqiq və məntiqli nəticələr əldə etmək mümkündür. Beləliklə, bu yanaşma digər ölkələrdə onların statistik məlumatları və multiplikatorun və əmsalların hesablanması yolu ilə tətbiq oluna bilər.

### **Turizm gəlirlərinin iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunun inkişafına təsirinin birinci dərəcəli (loqarifmik) fərq modeli**

Asılı dəyişən: LOG(NON\_OIL)

Dəyişən	Əmsal	Xəta səviyyəsi	t-statistika	Ehtimal
C	4.983784	0.109186	45.64479	0.0000
LOG(TOTAL)	0.766509	0.017755	43.17743	0.0000
R-kvadrat	0.993604	Orta asılı dəyişən		9.643944
R-kvadratın dəyişməsi	0.993071	C. D. asılı dəyişən		0.742246
C. O. reqressiyalar	0.061763	Akayaki inf. meyarı		-2.598811
Kv. kənarlaşmaları. cəmi	0.045806	Şvarts meyarı		-2.507517
Log Ehtimal	20.19167	Xənan – Kvin meyarı		-2.607262
F-Statistika	1864.290	Durbin – Uotson Sta.		0.684853

Model:

$$LS \text{ LOG(NON\_OIL)} = C(1) + C(2) * \text{LOG(TOTAL)}$$

Modelin tənliyi:

$$\text{LOG(NON\_OIL)} = C(1) + C(2) * \text{LOG(TOTAL)}$$

Dəyişdirilmiş parametrlər:

$$\text{LOG(NON\_OIL)} = 4.98378389309 + 0.766509165132 * \text{LOG(TOTAL)}$$

Təklif olunan modelləri tətbiq etməklə biz turizm sahibkarlığının əsas sahələrinin, o cümlədən iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunun inkişafına təsirini qiymətləndirə bilərik. Fikrimizcə, bu ifadə doğrudur, çünki bütövlükdə turizmdən əldə edilən məcmu gəlir dissertasiya işinin bu paraqrafında təsiri sübut edilmiş turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafını qiymətləndirmək üçün istifadə olunur.

### **NƏTİCƏLƏR**

Turizm sahəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin formalaşması və inkişafı ilə bağlı apardığımız tədqiqatlar aşağıdakı nəticələrin

çıxarılmasına və bunun əsasında konkret tövsiyələr verməyə imkan verdi:

1. Tədqiqat Azərbaycanda turizm sahibkarlığının formalaşması və inkişafında bəzi müsbət tendensiyaları, yəni genişlənmə və konsolidasiya prosesini, yüksək keyfiyyətli turizm məhsulunun yaradılmasını, mehmanxana təsərrüfatının intensiv inkişafını, turoperator firmalarının konsolidasiyasını, turizm sahibkarlığı strukturlarında məşğul olanların sayının artırılmasını, ixtisaslaşmanın gücləndirilməsini, kadr potensialından səmərəli istifadə olunmasını göstərdi. Bütün bunlar 2020-ci ilin yanvar-fevral aylarının müvafiq göstəriciləri ilə təsdiqlənmiş turizm sahibkarlığının daha sürətli inkişafı üçün zəmin yaratmışdır. Təəssüf ki, turizm sahibkarlığında işgüzar fəallığın azalmasına səbəb olan pandemiyanın başlaması səbəbindən bu mütərəqqi tendensiya inkişaf etdirilmədi.

2. “Sahibkarlıq” anlayışının müəllif tərifini formalaşdırılmışdır, bu anlayışın iqtisadi mahiyyətində və məzmunundakı dəyişikliklər müasir reallığın hadisələrini əks etdirir.

3. Sahibkarlıq nəzəriyyəsinin və turizmin konseptual əsaslarının tədqiqi əsasında müəyyən edilmişdir ki, klassik və neoklassik nəzəriyyələr kimi irəli sürülmüş elmi konsepsiyalar sahibkarlığın nəzəri əsaslandırılmasının və turizmdə praktiki həyata keçirilməsinin müxtəlif aspektlərini ehtiva edir.

4. Müəyyən edilmişdir ki, turizm iqtisadi fəaliyyət forması kimi respublikanın iqtisadi inkişafının intensivləşdirilməsi üçün stimül və ölkə miqyasda yeni yaradılmış dəyərin artırılması üçün multiplikator rolunu oynayır, xalq təsərrüfatının əksər sahələri və formaları ilə ahəngdar şəkildə birləşir. Turizm sahəsi yüksək inkişaf etmiş turizm sektoru olan ölkələrin xeyrinə ümumi milli gəlirin yenidən bölüşdürülməsi vasitəsidir, investisiyaların tez qaytarılması və onların yüksək səmərəliliyi ilə seçilir, yeni iş yerlərinin yaradılmasına kömək edir.

5. Tədqiqatın nəticələri aşağıdakıların müəyyən edilməsinə imkan vermişdir, turizmdə iqtisadi fəaliyyətin inkişafı bütün iştirakçıların gəlirlərinin artmasına səbəb olur, bu isə təsərrüfat subyektləri üçün yüksək mənfəətin qazanılması ilə müşahidə edilir,

onlar yeni formasiyanın sahibkarlarıdır, turizm sahəsinin keyfiyyət və kəmiyyət artımına meyilli subyektləridir.

6. Turizm infrastrukturunun bütün mühüm komponentlərinin inkişafı üçün turizmdə sahibkarlıq fəaliyyətinin informasiya təminatı səviyyəsini yüksəltmək tələb olunur, bu da öz növbəsində, ümumiyyətlə, turizmin səmərəli inkişafına təsir göstərəcək. Müəyyən edilmişdir ki, turizm sahibkarlığının səmərəli fəaliyyətinin əsas amili informasiya infrastrukturudur. İnnovativ yanaşmalardan istifadə etməklə, turizm sahibkarlığının məlumatlandırılması üçün vahid informasiya məkanının yaradılması və bu əsasda istənilən zəruri məlumatın operativ alınmasına şərait yaradan onun informasiya təminatı sisteminin işlənilib hazırlanması təklif edilir. Ölkənin fəaliyyət göstərən turizm informasiya mərkəzləri çərçivəsində elektron marketinq şəbəkəsinin tətbiqi təklif edilir. Belə bir şəbəkənin mövcudluğu turistlər və turizm xidmətləri təchizatçıları arasında tam interaktiv kommunikasiyanın qurulmasına xidmət edəcəkdir.

7. Kiçik və orta turizm sahibkarlığının dövlət tənzimlənməsinin fəallaşdırılmasının və təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətləri əsaslandırılıb, onların həyata keçirilməsi ölkənin turizm sahəsinin inkişafında yeni meyillərin formalaşmasını, milli turizm kompleksinin şaxələndirilməsini, daxili turizm bazarının inkişafının davamlılığını təmin edəcəkdir.

8. Sübut edilmişdir ki, rəqəmsallaşmadan və onlayn platformalardan istifadə turistlər və turizm sahibkarlığı üçün çoxlu üstünlüklər verir və bunun nəticəsində müasir turizmin bərpa edilməsi və inkişafı prosesi sürətləndirəcəkdir. Qeyd edilir ki, gələcəkdə turizmin rəqəmsallaşması tendensiyaları dəyişəcəkdir. Offline ofisləri olan turizm şirkətləri sıxışdırılacaqdır. Üstünlüklər istehlakçılara xidmətlərin göstərilməsində fərdiləşdirmə prosesini həyata keçirən turizm təşkilatlarında olacaqdır, onlar bu yolla öz mənfəətlərini də artırırlar.

9. Kiçik turizm sahibkarlığının səmərəli inkişafı məqsədilə, xüsusilə fəaliyyətin təşkilinin ilkin mərhələsində təcrübəsiz sahibkara hərtərəfli dəstək olan biznes inkubatorlarının yaradılmasına və bununla da uğurlu fəaliyyət şansının artırılmasına yeni yanaşma

təklif edilmişdir. İnkişaf etmiş xarici ölkələrin qabaqcıl təcrübəsinin öyrənilməsi əsasında biznes inkubatorlarla kiçik biznes arasında ardıcıl qarşılıqlı əlaqə prosesi təklif olunur. Biznes inkubatorların yaradılmasının ümumi prinsipləri formalaşdırılır, onların xüsusiyyətləri və üstünlükləri açıqlanır. Regionlarda yeni turizm məhsulunun istehsalı üzrə ixtisaslaşan biznes inkubatorların yaradılmasının məqsəduyğunluğu əsaslandırılmışdır.

10. Turizm sahibkarlığı fəaliyyətinin səmərəli innovativ inkişafı üçün tövsiyələr işlənib hazırlanmışdır ki, onların həyata keçirilməsi turizm sahəsində innovasiyaların sürətlə tətbiqinə imkan verəcək, turizm təşkilatlarının rəqabət qabiliyyətinin artırılmasına və onların beynəlxalq turizm mühitinə daxil olmasına kömək edəcəkdir.

11. Turizmdə sahibkarlığın inkişafı səviyyəsinin artırılmasının Azərbaycanın və Aİ ölkələrinin iqtisadi yüksəlişinə təsirinin qiymətləndirilməsinə innovativ yanaşma təklif olunur. Korrelyasiya və reqressiya təhlilinin nəticələrinə əsasən Azərbaycanın və Aİ ölkələrinin turizm sahəsində sahibkarlığın inkişafından müsbət iqtisadi səmərə əldə edilmişdir. Turizmdə sahibkarlığın səmərəli inkişafı üçün bu ölkələrin hökumətlərinə, eləcə də digər maraqlı tərəflərə (biznes, investorlar, startaplar və s.) tövsiyə olunur ki, təkcə İKT və rəqəmsallaşma istiqamətləri ilə məhdudlaşmasınlar, bu gün danılmaz prioritet olan, lakin eyni zamanda, maliyyə, sığorta, marketing, idarəetmə, sosial-mədəni, ekoloji və digər trend sahələrini də əhatə edən bu istiqamətlər bütövlükdə innovativ inkişaf səviyyəsini yüksəltmək üçün bir – biri ilə sıx bağlıdır və bir-birini yaxşı tamamlayırlar.

12. Turizmdə innovativ sahibkarlığın inkişafının müasir tendensiyaları müəyyən edilmişdir, məsələn: əvvəllər təklifolunan məhsullarla müqayisədə istehlakçılar üçün yeni, daha cəlbedici turizm məhsullarının hazırlanması; göstərilən yeni səyahət xidmətlərinin çeşidinin artırılması; ən müasir texnika və texnologiyadan istifadə etməklə əmək, maliyyə və maddi resursların tətbiqinin yeni sahələrinin inkişafı; xidmət innovasiyalarının tətbiqi; otel təsərrüfatında yeni ideyaların axtarışı; innovativ potensialın artırılmasına töhfə verən müxtəlif istiqamətli turizm klasterlərindən istifadə; turizmdə mühüm innovativ tendensiyalar olan

turoperatorların franşayzinq layihələrinin yaradılması; yeni informasiya texnologiyalarının tətbiqi, marketing innovasiyalarının yeni vasitələrinin tətbiqi; regionlarda innovativ infrastrukturun inkişafı; yeni turizm bazarlarının inkişafı.

13. Müəyyən edilmişdir ki, turizm müəssisələrinin gəlirləri az olan rayonlarda sahibkarlığın inkişafının təşkili mövcud ehtiyatlardan maksimum istifadə etməyə imkan verən turizmin yeni növ və formalarının inkişafına əsaslanmalıdır. Bunun üçün mövcud ehtiyatların təhlil olunmasının, ərazinin potensialının qiymətləndirilməsi və turizm komplekslərində biznes mühit üçün lazımı şəraitin yaradılmasının zəruriliyi əsaslandırılmışdır.

14. Ayrı-ayrı ölkələrdə turizmin və onun sahibkarlığının inkişafının səviyyəsinin ölkəmizi xeyli üstələməsinin səbəbləri müəyyən edilmişdir. Müqayisə üçün məsələn, Türkiyə və Gürcüstan seçilib, onların təcrübəsindən dissertasiyanın paraqraflarından birində ətraflı bəhs edilir. Bununla yanaşı, ölkəmizin əhəmiyyətli potensiala malik olduğu, onlardan səmərəli istifadə edilməsi Gürcüstan və Türkiyə ilə müqayisədə Azərbaycanın bu sahədə lider mövqelərini təmin edəcəyi aşkarlanıb.

15. Turizm sahəsində fəaliyyət göstərən işçilərin əməyinin stimullaşdırılmasının təkmilləşdirilməsi mexanizmi işlənib hazırlanmışdır ki, bu da onların şəxsi qabiliyyətlərinin qiymətləndirilməsinə və yerinə yetirdikləri müxtəlif funksiyaların dəyərinin müəyyən edilməsinə və təşkilatın fəaliyyətinin səmərəliliyinə əsaslanır (icra keyfiyyətini nəzərə alaraq). Təklif olunan mexanizm turizm sahəsində fəaliyyət göstərən müəssisələrinin səmərəliliyinin yüksəldilməsinə xidmət edəcəkdir.

16. Turizm müəssisənin investisiya cəlb edilməsinin qiymətləndirilməsi zəruriliyi əsaslandırılmışdır, investisiyaların cəlb edilməsi prosesinin optimallaşdırılmasına və onların həyata keçirilməsi üçün şəraitin yaxşılaşdırılmasına kömək edən plan hazırlanmışdır.

17. Turizmin sahibkarlıq fəaliyyətinə yönəldilən investisiyaların səmərəliliyinin yüksəldilməsi məqsədi ilə investisiyaların geri ödənilməsi müddətinin müəyyən edilməsi, kapital qoyuluşlarının gəlirliliyinin təmin edilməsi üçün metodlar,

eləcə də turizm layihələrinin reallaşdırılmasının nəticələrinə zaman və risk amillərinin təsirini nəzərə almaq üçün isə diskont metodu təklif olunur. Turizm sahibkarlığı sahəsinə xarici investisiyaların daxil olması prosesinin gücləndirilməsinə yönəlmiş tövsiyələr hazırlanmışdır. Bu məqsədə nail olmaq üçün turizm sahəsində investisiya fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsinə, son nəticədə isə iqtisadiyyatın bu sahəsində sahibkarlığın fəallaşdırılmasına və səmərəliliyinin yüksəldilməsinə imkan verəcək ardıcıl tədbirlər sistemi hazırlanmışdır.

18. DÖƏ əsasında turizm sahəsində sahibkarlığın inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsinin zəruriliyi əsaslandırılmışdır. Dövlət və özəl sektorun turizmin inkişafına verdiyi töhfələr və əldə etdikləri faydalar öz əksini tapıb. DÖƏ mexanizminin əsas mərhələlərinin həyata keçirilməsi ardıcılığı təklif olunur. Tədqiqatın nəticələrinə əsasən tövsiyələr işlənib hazırlanmışdır ki, onlardan istifadə turizm potensialının artırılması və ümumiyyətlə turizm sahibkarlığının səmərəli inkişafı üçün mühüm alətə çevrilə bilər.

19. Turizmin və onun sahibkarlıq fəaliyyətinin iqtisadiyyatın əsas sahələrinin inkişafına təsirini qiymətləndirmək üçün bir neçə model tövsiyə olunmuşdur. Qiymətləndirmə obyektini kimi kənd təsərrüfatı, nəqliyyat, informasiya texnologiyaları və qeyri-neft sektoru seçilib. Təqdim olunan modellərdə ümumilikdə turizmin seçilmiş qiymətləndirmə obyektlərinə onun əhəmiyyətli təsirinin təsdiqi tapıldı. Məhz bu modellər ənənəvi ən kiçik kvadratlar modellərindən böyük ölçüdə üstündür və dəyişən proqnozlar zamanı dəqiq və məntiqli nəticələr verir. Beləliklə, bu yanaşma digər ölkələrdə onların statistik məlumatları və multiplikatorların və əmsalların hesablanması yolu ilə tətbiq oluna bilər. Təklif olunan modelləri tətbiq etməklə turizm sahibkarlığının əsas sahələrinin, o cümlədən iqtisadiyyatın qeyri-neft sektorunun inkişafına təsirini qiymətləndirmək mümkündür.

**Dissertasiyanın əsas məzmununu aşağıdakı nəşr olunmuş elmi məqalələrdə öz əksini tapmışdır:**

1. Социальные аспекты международного туризма. Əmək və Sosial Problemlər. Elmi əsərlər toplusu. Əmək və Sosial Problemlər üzrə elmi tədqiqat və tədris mərkəzi. Bakı, 2010, № 1(6),



s. 73-77.

2. Государственное содействие развитию предпринимательства в условиях социально-ориентированной рыночной экономики. *Əmək və Sosial Problemlər. Elmi əsərlər toplusu. Əmək və Sosial Problemlər üzrə elmi tədqiqat və tədris mərkəzi.* Bakı, 2011, №2(8), s. 82-86.

3. Становление и развитие малого предпринимательства в Азербайджане. *Audit jurnalı, Bakı Biznes Universiteti, 2011, № 2, s.50-54.*

4. Развитие международного туризма в Азербайджане // *Audit jurnalı, Bakı Biznes Universiteti, 2011, № 4, s.56-61.*

5. Социально-экономическая направленность предпринимательства в индустрии туризма // *Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri. Elmi-analitik jurnal, Bakı Dövlət Universiteti, 2011, № 4(28), s.216-223.*

6. Развитие предпринимательства в сфере туризма и его влияние на занятость населения. *Əmək və Sosial Problemlər. Elmi əsərlər toplusu.* Bakı, 2012, №1(9), s. 50-53.

7. Некоторые аспекты предпринимательской деятельности в сфере туризма // *Audit jurnalı, Bakı Biznes Universiteti, 2011, № 2, s.63-69.*

8. Некоторые подходы к организации и стимулированию труда в предпринимательских структурах туризма. *Əmək və Sosial Problemlər. Elmi əsərlər toplusu. Əmək və Sosial Problemlər üzrə elmi tədqiqat və tədris mərkəzi.* Bakı, 2012, №2(10), s. 66-72.

9. Предпринимательство в туризме Азербайджана. Монография. Баку: Издательство Бакинского Университета Бизнеса, 2012, 307 с.

10. Развитие инфраструктуры предпринимательства в туризме Азербайджана // *Міжнародний науково-практичний журнал «Економіка Держава».* Україна, Київ: 2012, № 8, с. 51-54.

11. Налоговая политика в предпринимательских структурах туризма // *Kooperasiya elmi-praktiki jurnal.* Bakı, 2012, № 2(25), s. 50-55.

12. Развитие предпринимательства в туризме одно из

главных направлений в решении социальных проблем / “Milli iqtisadiyyatın inkişafı və səmərəliliyinin yüksəldilməsi” mövzusunda Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Bakı: Kooperasiya Universitetinin nəşriyyatı, 2012, s. 243-246.

13. Опыт зарубежных стран по государственной поддержке трудовой активности населения в развитии малого и среднего предпринимательства. Əmək və Sosial Problemlər. Elmi əsərlər toplusu. Bakı, 2012, №3(11), s. 95-100.

14. Предпринимательская деятельность в сфере туристских услуг / “Qloballaşma mühitində iqtisadi təhlükəsizliyin təmin olunmasında gömrük tənzimlənməsinin rolu” mövzusunda Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Bakı Dövlət Universitetinin nəşriyyatı, Bakı:2012, s. 457-469.

15. Этапы становления и развития предпринимательства в Азербайджане. Kooperasiya elmi-nəzəri jurnal. Bakı: 2012, № 4(27), s. 60-67.

16. Предпринимательство в туризме: реалии и достижения в Азербайджане / «Глобальный мир: антикризисные императивы, модернизация, институты». Материалы международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2012, с.31-35.

17. Предпринимательская деятельность организаций сферы туризма / IV<sup>th</sup>Internationalscientific-practicalconference. Batumi-Trabzon, 2013, s. 209-213.

18. Некоторые теоретические аспекты развития рынка туристских услуг. Əmək və Sosial Problemlər. Elmi əsərlər toplusu. Bakı, 2013, №1(12), s. 60-66.

19. Гостиничное хозяйство, как главная составляющая индустрии туризма // Kooperasiya elmi-praktiki jurnal. Bakı, 2013, № 4(31), s. 77-84.

20. Управление мотивацией персонала, как основа современного стиля руководства предпринимательскими структурами туризма. Əmək və Sosial Problemlər. Elmi əsərlər toplusu. Bakı, 2013, №2(13), s. 53-57.

21. Финансовая поддержка предпринимательской деятельности в туризме // Audit jurnalı, Bakı Biznes Universiteti, 2013, № 4, s.60-63.

22. Предпринимательство в туризме как сфера воздействия на экономику страны // *Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri. Elmi-analitik jurnal, Bakı Dövlət Universiteti*, 2013, № 4(36), s.347-353.

23. Информационное обеспечение предпринимательства в туризме // *Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri. Elmi-analitik jurnal, Bakı Dövlət Universiteti*, 2013, № 3(35), s.275-280.

24. Туристический бизнес в Азербайджане: тенденции, проблемы, перспективы / Устойчивое развитие туристского рынка: международная практика и опыт России. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. Ставрополь: 2014, с. 14-20.

25. Информационные технологии и их роль в эффективном развитии предпринимательской деятельности туризма / Стратегия розвитку туризму в ХХІ столітті у контексті вирішення глобальних проблем с участю. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 2014, с. 59-65.

26. Развитие туристского предпринимательства в условиях современных рыночных отношений / “Ümummillilider Heydər Əliyevin anadan olmasının 91 illiyinə həsr olunmuş “Sivil bazar iqtisadiyyatı münasibətlərinin inkişafın istiqamətləri” mövzusunda Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Bakı Biznes Universitetinin nəşriyyatı, 2014, s. 209-216.

27. Влияние предпринимательской деятельности туризма на уровень и качество жизни населения регионов // Научный журнал «Инновационное мышление: экономика, педагогика, туризм, сервис» Балашиха «Де-По». 2014, № 1, с. 186-190.

28. Воздействие туристского предпринимательства на повышение благосостояния населения регионов. Əmək və Sosial Problemlər. Elmi əsərlər toplusu. Bakı, 2014, №1(14), s. 58-62.

29. Влияние гостиничного бизнеса на повышение конкурентоспособности // *Audit jurnalı, Bakı Biznes Universiteti*, 2014, № 4, s.41-46.

30. Особенности влияния туризма на развитие мировой экономики / «Глобальный мир: многополярность,

антикризисные императивы, институты» Материалы V Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2014, с. 311-315.

31. Государственное регулирование предпринимательской деятельности сферы туризма / «Regional iqtisadi siyasət və kooperasiya münasibətlərinin inkişafı» mövzusunda Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin nəşriyyatı, 2015, s. 369-371.

32. Государственное регулирование инновационного развития предпринимательства в туризме / «Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы». Сборник научных статей по итогам IV Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2015, с.6-9.

33. Роль инвестиций в инновационном развитии предпринимательской деятельности туризма / «Ümummillî lider Heydər Əliyevin anadan olmasının 92 illiyinə həsr olunmuş “İnvestisiya qoyuluşlarının siyasi aspektləri və iqtisadi səmərəliliyi” mövzusunda Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Bakı Biznes Universitetinin nəşriyyatı, 2015, s. 111-112.

34. Инновационное развитие и интеллектуальное обеспечение предпринимательства в туризме / «Проблемы туризмоведения». Сборник материалов IV Международной научно-практической конференции по туризмоведению. Ростов-на-Дону, 2015, с. 4-12.

35. Влияние предпринимательской деятельности туризма на решение социальных проблем регионов Азербайджана // Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları. Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, Beynəlxalq jurnal, 2016, № 2, s. 122-130.

36. Повышение уровня развития инфраструктурного обеспечения предпринимательской деятельности в туризме / Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Bakı Biznes Universitetinin nəşriyyatı, 2016, s. 283-289.

37. Маркетинговые инновации на рынке туристских услуг Азербайджана. Ринок цінних на перів України. Київ: 2016, № 1-2, с. 143-152.

38. Туризм как форма экономической деятельности //

«Агросвіт». Науково-практичний журнал. Київ: 2016, № 12, с. 29-33.

39. Предпринимательство в сфере туризма: инвестиционный аспект // «Інвестиції: Практика та.. досвід». Науково-практичний журнал. України. Київ: 2016, № 12, с. 22-25.

40. Совершенствование основных направлений инвестиционных процессов в предпринимательстве туризма // Audit jurnalı, Bakı Biznes Universiteti, 2016, № 3, s.21-29.

41. Возрастающая роль информационной инфраструктуры в развитии туристического предпринимательства // Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin elmi-praktiki jurnalı. Bakı, 2017, № 2(45), s. 5-11.

42. Роль предпринимательской деятельности туризма по расширению занятости / «Əmək, məşğulluq və sosial müdafiənin aktual məsələləri» mövzusunda Beynəlxalq elmi-praktik konfransın materialları. Bakı, 2017, s. 99-101.

43. Туризм в системе национальной экономики Азербайджана / “Səmərəli islahatların uğurlu nəticələri: reallıqlar və perspektivlər” mövzusunda Beynəlxalq elmi-praktiki konfrans. Bakı Biznes Universitetinin nəşriyyatı, 2017, s. 163-168.

44. Пути эффективного развития предпринимательства в сфере туризма Азербайджана. Монография. Издательство Азербайджанского Университета Кооперации, Баку, 2018, 320 с.

45. Инфраструктурное обеспечение туристского предпринимательства. Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin elmi-praktiki jurnalı. Bakı, 2018, № 3(50), s. 142-147.

46. Некоторые аспекты взаимосвязи продовольственной безопасности и сельского туризма / Beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin nəşriyyatı, 2018, s. 113-117.

47. Assessing the degree of inequality in the distribution of national income and its macroeconomic consequences in Azerbaijan // Jurnal “Amazonia Investiga”. Vol.7, 2018, Num. 17: 85-108. November-December. Thomson Reuters. Kolumbia. ISSN 2322-6307.

48. Состояние и тенденции развития въездного, выездного и внутреннего туризма в Азербайджане // Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin elmi-praktiki jurnalı. Bakı, 2019, № 4(55), с. 159-165.

49. Система стимулирования персонала в предпринимательских структурах туризма / “Azərbaycanda sosial müdafiəsi sisteminin inkişafı: dünən, bu gün və sabah” mövzusunda beynəlxalq elmi-praktiki konfransın materialları. Azərbaycan Respublikası Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyinin nəşriyyatı, 2019, s. 201-206.

50. Становление и развитие предпринимательства в сфере туризма // Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin elmi-praktiki jurnalı. Bakı, 2020, № 1(60), с. 96-105.

51. Innovation development and entrepreneurship management in tourism of Azerbaijan: current trends and priorities // Journal “Marketing and Management of innovations”. Issue 4, 2021, ISSN 2218-4511, p. 104-120.

Dissertasiyanın müdafiəsi “28” Sentyabr 2022-ci il tarixində saat 14:00-da Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin nəzdində fəaliyyət göstərən Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti və Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin ED 2.42 Birgə dissertasiya şurasının iclasında keçiriləcəkdir.

Ünvan: Atatürk prospekti 450, AZ 2000, Gəncə şəhəri, Azərbaycan.

Dissertasiya işi ilə Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Dissertasiya və avtoreferatın elektron versiyaları Azərbaycan Dövlət Aqrar Universitetinin rəsmi internet saytında ([www.adau.edu.az](http://www.adau.edu.az)) yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat “30” iyun 2022-ci ildə zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: 20.06.2022  
Kağızın formatı: 60x84  
Həcm: 76308 işarə  
Tiraj: 30 ədəd