

АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА

На правах рукописи

**ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Специальность: **5312.01 – «Отраслевая экономика»**

Отрасль науки: **Экономические науки**

Соискатель: **Анар Али оглы Азизов**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации
на соискание ученой степени доктора экономических наук

ГЯНДЖА– 2022

Диссертационная работа выполнена в Институте
Экономики Национальной Академии Наук Азербайджана

Научный консультант: Действительный член НАНА, доктор
экономических наук, профессор **Зияд Алиаббас оглы
Самедзаде**

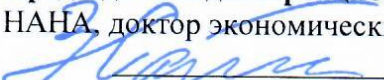
Официальные оппоненты: доктор экономических наук,
профессор **Эльшан Махмуд оглы Гаджизаде**

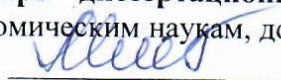
доктор экономических наук, профессор
Эльшад Ягуб оглы Мамедов


доктор экономических наук, профессор
Мушфиг Джамиль оглы Атакишиев

доктор экономических наук, профессор
Натиг Али оглы Джавадов

Объединенный диссертационный совет ЕД 2.42 при
Азербайджанском Аграрном Университете и Азербайджанском
Университете Кооперации Высшей Аттестационной Комиссии
при Президенте Азербайджанской Республики

Председатель диссертационного совета: Действительный член
НАНА, доктор экономических наук, профессор
 **Зияд Алиаббас оглы Самедзаде**

Секретарь диссертационного совета: доктор философии
поэкономическим наукам, доцент
 **Первин Эльман кызы Мухтарова**

Председатель научного семинара: Заслуженный работник
сельского хозяйства, доктор экономических наук, профессор
 **Ислам Гаджи оглы Ибрагимов**

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы и степень её изученности. В современном обществе туризм является неотъемлемой составляющей жизни граждан и важным видом экономической деятельности. Значение туризма и соответственно развития предпринимательства в туристической сфере трудно переоценить, поскольку туризм способствует занятости населения и экономическому росту страны, развитию инфраструктуры, сохранению и приумножению культурного и природного богатства стран мира.

Вследствие пандемии COVID-19, которая оказывает существенное экономическое воздействие как на развивающиеся, так и на развитые страны мира, сфера туристских услуг понесла значительные убытки. Достаточно отметить, что за период с января 2020 года по декабрь 2021 года пандемия коронавируса обошла мировую индустрию туризма в 1 триллион 320 миллиардов долларов потерянных доходов.

В Азербайджане по данным за 2020 год доля туризма в ВВП сократилась 1,2%, выручка от международного туризма зафиксирована на уровне 0,3 миллиона долларов США, что на 83,3% меньше показателя предыдущего года. Доля туризма в общем экспорте снизилась на 85% и составила 2% или 0,3 миллиона долларов США (в 2019 году – 9% или 2 миллиона долларов США). Строгие карантинные меры, закрытие границ, ограничение на турпоездки, снижение доходов населения – все это отразилось на сфере туризма и в результате этот сектор экономики упал на 90%.

Динамика приведенных показателей свидетельствует о негативных тенденциях в туристической сфере. Для Азербайджана последствия более значимые в сравнении со среднемировыми показателями. Именно поэтому возобновление туризма, его цифровизация и инновационное развитие является важной составляющей восстановления и роста экономики, достижения целей устойчивого развития.

За период независимости наша страна достигла большого прогресса в усилении государственности и социально-экономи-

ческом развитии. В результате 44-дневной Отечественной войны 2020 года под руководством Верховного Главнокомандующего, завершившейся убедительной Победой Азербайджанской армии, открылись большие перспективы для развития освобожденных от оккупации территорий, как новой туристической дестинации. Развитие устойчивого туризма в Карабахском и Восточно - Закавказском экономических районах будет способствовать его экономическому возрождению.

Интенсивное развитие мирового туризма и значительное повышение его влияния на экономику разных стран, в допандемический период, породили целесообразность всестороннего его изучения.

В Азербайджане туризм признан одним из приоритетных и перспективных сфер экономики, чему во многом способствовали принятые важные законы, Государственные Программы, указы и распоряжения Главы Республики. Туризм в Азербайджане стал активно развиваться после принятия 4 июня 1999 года закона «О туризме» Президентом республики, общенациональным лидером Г.А.Алиевым. Этот закон стал важнейшим законодательным актом, давшим правовое обоснование и выработавший целый ряд направлений в развитии туризма в Азербайджане. За годы правления Президента Ильхама Алиева значительно возрасла значимость и перспективы развития туристической отрасли. Так, 18 февраля 2022 года был принят обновленный закон «О туризме», в который внесено множество дополнений, связанных необходимостью диверсификации отечественной туристической отрасли, совершенствованием механизмов её регулирования, определением основ государственного управления в сфере туризма, созданием новых туристических направлений и т.д. Реализация положений данного правового документа значительно расширит возможности для дальнейшей мобилизации инновационного потенциала и модернизации бизнес - моделей в сфере туризма.

Особо важным является распоряжение Президента Азербайджанской Республики об утверждении стратегии «Национальных приоритетов социально-экономического развития

Азербайджан 2030» от 2 февраля 2021 года.

С началом нынешнего столетия на фоне возрастания популярности и имиджа страны среди путешественников, возникла необходимость в коренном изменении государственной туристской политики. В результате была подготовлена и успешно реализована первая Государственная Программа по развитию отечественного туризма на 2002-2005 годы. Следующий подобный документ охватывал период 2008-2016 годов и нацеливался на достижение в долгосрочной перспективе коренного перелома в этой области. Правительством Азербайджана предпринимались и другие важные директивные акты, сфокусированные на более полное раскрытие потенциала страны и развитие рынка услуг в области туризма (в частности, Государственная Программа развития курортов на 2009-2018 годы), Указ Президента Азербайджанской Республики об утверждении «Государственной программы социально-экономического развития регионов Азербайджана в 2019-2023», принятые программы сыграли неоценимую роль в улучшении предпринимательской среды и повышении эффективности деятельности в сфере туризма. Одним из базовых направлений в утвержденных Президентом Азербайджана 6 декабря 2016 года «Главных направлениях стратегической дорожной карты по развитию национальной экономики и основным секторам экономики» была определена специализированная деятельность в сфере туризма. Указанные стратегические направления делают необходимым расширения возможностей использования в стране туристского потенциала, стимулирование туристской деятельности в регионах, создание новых туристских маршрутов, а также предоставление конкурентоспособных услуг.

На базе Министерства культуры и туризма Азербайджанской Республики 20 апреля 2018 года было создано Государственное агентство по туризму, которое является государственным органом, регулирующим вопросы развития туризма в стране.

Одним из главных и важных стратегических направлений внешней политики Азербайджана стала интеграция страны в

международное пространство, как туристской дестинации. Наша страна входит в десятку стран, наиболее ассоциируемых с Шёлковым путем и принимает участия в программе ЮНВТО, предназначенной для развития туризма по его историческим маршрутам.

Происходящие в допандемический период позитивные тенденции в развитие туристского предпринимательства характеризуются увеличением туристских потоков, созданием новых предприятий в сфере туризма, формированием инфраструктуры туризма, интенсивным развитием гостиничного хозяйства и т.д. Это все стало возможным благодаря огромной всесторонней поддержки предпринимательства со стороны Президента Азербайджана Ильхама Алиева.

На современном этапе предпринимательство в туризме характеризуется как вид социально-экономической деятельности, основанный на инновационной предпринимательской идее и направленный на создание нового туристского продукта, оказания качественных услуг и получения прибыли.

Приоритетную значимость имеют процессы формирования и развития предпринимательской деятельности в туризме, воздействующие на уровень туристских потоков и, в особенности на экономические показатели этой отрасли, а также являются одним из определяющих условий экономического роста, увеличения объемов ВВП и национального дохода.

Несмотря на большие достижения, перед предпринимательством в туризме стоят много проблем, которые следует решать путем совершенствования системы и механизмов государственного регулирования.

Существующие научные разработки теоретико-методологических вопросов туризма и его предпринимательской деятельности в большинстве своем тематически разрознены. Недостаточная проработанность некоторых теоретических положений приводит к различному пониманию значимости туризма и очевидной роли предпринимательства в этой сфере. Кроме того, имеются проблемы, требующие скорейшего решения. Это касается совершенствования инвестиционной деятельности,

повышения уровня инфраструктуры, внедрения инноваций и цифровизации туризма, роста конкурентоспособности и совершенствования ценообразования.

Многоаспектность данной проблемы обуславливает необходимость научного изучения, исследования и выявление основных тенденций, и, что очень важно, раскрытия закономерностей развития. В данной связи особую актуальность приобретает комплексный подход к исследованию проблем дальнейшего формирования и развития предпринимательской деятельности в сфере туризма.

Что касается степени изученности проблемы, то анализ и обобщение множества экономической литературы показало, что одно из ведущих мест в научных исследованиях и публикациях отечественных и зарубежных ученых занимают вопросы данной проблематики.

Значимый вклад в исследование проблем развития предпринимательской деятельности внесли азербайджанские ученые, среди которых необходимо выделить академика З.А.Самедзаде, Э.А.Гулиева, И.М.Аббасова, Э.Р.Ибрагимова, И.Г.Ибрагимова, Б.Х.Аташова, Н.Д.Атакишиева А.Г.Алирзаева, Э.М.Гаджызаде, А.Ф.Мусаева, Э.Я.Мамедова, Н.А. Джавадова, Ф.П.Рахманова, Г.Б.Солтанову, А.Ш.Шакаралиева, А.Н.Гасанова, Р.М.Касумова и многих других.

Из зарубежных исследователей стоит отметить работы А.Ю.Барановой, Л.П.Грищенко, Н.Г.Кадиевой, Е.А.Косиновой, А.Б.Крутика, М.А.Морозова, В.С.Новикова, М.В.Решетовой, Э.Н.Латыповой и других. В теоретико-методологическом аспекте эти вопросы были изучены такими мировыми классиками, как П. Друкер, А. Маршалл, А. Смит, Ж. Сэй, Ф. Хайек, Р. Хизрич, Й. Шумпетер и другими.

Вместе с тем, отечественными авторами проблемы формирования и развития туристской предпринимательской деятельности в рамках комплексного научного исследования до настоящего времени не рассматривались. Актуальность и неразработанность этих проблем и особая важность их решения предопределили выбор темы данного диссертационного

исследования.

Объект исследования. Туристские организации и предприятия, осуществляющие предпринимательскую деятельность в Азербайджане основной задачей которых является расширение этой сферы хозяйствования, составляют объект исследования.

Предмет исследования. Тенденции, закономерности и экономические отношения, складывающиеся в процессе формирования и развития предпринимательской деятельности в туризме, заложены в основу предмета исследования.

Цель и задачи исследования. Основная цель диссертационной работы - на основе изучения и обобщения результатов проведенных нами теоретико-методологических, прикладных исследований разработать и обосновать научно-практические рекомендации по эффективному развитию предпринимательской деятельности в сфере туризма Азербайджана.

Для реализации поставленной цели в диссертации решались следующие задачи:

- на основе изучения природы предпринимательской деятельности различных мнений ученых раскрыть сущность и содержание предпринимательства;
- исследовать и разработать комплекс мер по развития информационной инфраструктуры туристского предпринимательства;
- обосновать основные направления совершенствования государственного регулирования малого и среднего туристского предпринимательства;
- разработать механизм совершенствования стимулирования труда для работников сферы туризма;
- осуществить инновационный подход к оценке влияния повышения уровня развития туризма на экономический рост Азербайджана и стран ЕС ;
- подготовить рекомендации для эффективного инновационного развития предпринимательства туризма;
- дать оценку влияния туристского предпринимательства на развитие ключевых отраслей экономики;
- разработать новый научно-методический подход к

созданию инновационных бизнес-инкубаторов;

- обосновать целесообразность оценки инвестиционной привлекательности сферы туризма и определить последовательность её проведения.

Методы исследования. Метод научного познания, сравнительный и системный анализ, обобщение, статистический метод, динамическое сопоставление, классификация, эмпирические доказательства, линейные регрессии, прогнозирование, математические репрезентации и другие научные подходы были комплексно использованы в ходе исследования.

Основные положения выносимые на защиту:

1. Целесообразно определение научной категории предпринимательства в непосредственной увязки с развитием современного этапа рыночной экономики;

2. Разработка системы взаимосвязанных и последовательно осуществляемых мер по развитию информационной инфраструктуры туристского предпринимательства как важнейшее условие повышения эффективности предоставляемых услуг;

3. Расширение сферы охвата государственного регулирования малого и среднего предпринимательства туризма с применением инновационных методов его развития будет способствовать увеличению валового продукта отрасли в целом;

4. Оценка влияния роста интегральных показателей туристической отрасли на развитие экономической системы в целом, обеспечит устойчивое социально-экономическое развитие общества;

5. Необходимо создание бизнес-инкубаторов, аккумулирующих весь спектр услуг и значительно повышающих эффективность деятельности малых и средних туристских предприятий;

6. Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности и эффективности деятельности национальных производителей туристских услуг и их включения в мировой туристический рынок имеет определяющее значение с точки зрения повышения имиджа и привлекательности отечественной туристической сферы;

7. Внедрение системы стимулирования работников туристского сектора экономики на основе индивидуального подхода повысит производительность труда;

8. Оценка инвестиционной привлекательности туризма и обоснование значимости капиталовложений в эту стремительно развивающуюся отрасль, в ближайшем будущем значительно усилит конкурентоспособность отечественного сектора на международной арене;

9. Разработка моделей оценки воздействия предпринимательства туризма на развитие смежных с ним отраслей, необходимо и целесообразно с точки зрения неуклонного повышения качества предоставляемых услуг и увеличения национального продукта в целом по Республике.

Научная новизна диссертационной работы заключается в решении важной научной проблемы – обосновании и исследовании теоретико-методологических основ и концептуальных установок развития туристской предпринимательской деятельности в условиях социально-ориентированной рыночной экономики Азербайджана, а также в разработке практических рекомендаций по их реализации как на ближайший период, так и на долгосрочную перспективу.

Основные результаты диссертационного исследования, отличающиеся научной новизной, заключаются в следующем:

- выработано современное обновленное научное представление и дана собственная интерпретация автора по отношению к понятию «предпринимательство», как особому виду социально-экономической деятельности;
- определен комплекс действенных мер по эффективному решению задач в области развития информационной инфраструктуры предпринимательства в туризме;
- выявлены и научно обоснованы основные направления активизации и совершенствования государственного регулирования малого и среднего туристского предпринимательства;
- разработаны научно практические рекомендации для эффективного инновационного развития туристской предпринимательской деятельности на краткосрочную и долгосрочную

перспективы;

- предложен новый научно-методический подход к созданию инновационных бизнес-инкубаторов;

- предложен инновационный научный подход к оценке влияния повышения уровня развития туристского предпринимательства на экономический рост Азербайджана и стран ЕС.

- разработан механизм совершенствования стимулирования труда занятых в сфере туризма работников с нацеленностью на повышение качества предоставляемых услуг;

- научно обоснована необходимость оценки инвестиционной привлекательности предприятий сферы туризма;

- на основе анализа ресурсного потенциала разработано несколько моделей оценки влияния туристского предпринимательства на развитие сельского хозяйства, транспортной сферы, информационных технологий и нефтегазового сектора экономики.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в том, что выдвинутые в качестве классических и неоклассических теорий научные концепции содержат различные аспекты комплексного обоснования значимости предпринимательства и его практического воплощения в туризме, который служит своеобразным импульсом для предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования выводов и практических рекомендаций, предлагаемых в диссертации государственными органами, туристскими компаниями, фирмами, предпринимательскими структурами и профессиональными объединениями при принятии организационно-экономических и управленческих решений с целью формирования и эффективного развития предпринимательства в сфере туризма. Помимо этого, содержащиеся в диссертации материалы могут использоваться и быть включены в учебные программы подготовки, переподготовки и повышения квалификации специализированных кадров. Проведенное исследование носит комплексный характер и содержит теоретико-

методологические положения и методические разработки, позволяющие использовать их в ВУЗах и факультетах экономического профиля в процессе преподавания учебной дисциплины по исследуемой проблеме при подготовке бакалавров и магистров.

Апробация и внедрение. Основное содержание диссертации нашло отражение в 2 монографиях и 32 научных статьях и 17 тезисах опубликованных в престижных, рекомендованных Высшей Аттестационной Комиссией при Президенте Азербайджанской Республики отечественных и иностранных журналах и материалах международных научно – практических конференций общим объемом более 20 печатных листов: Среди них можно отметить такие статьи как «Социально-экономическая направленность предпринимательства в индустрии туризма» (Баку, 2011), «Развитие инфраструктуры предпринимательства в туризме Азербайджана» (Киев, 2012), «Информационное обеспечение предпринимательства в туризме» (Баку, 2013), «Влияние предпринимательской деятельности туризма на решение социальных проблем регионов Азербайджана» (Баку, 2016), «Маркетинговые инновации на рынке туристских услуг Азербайджана» (Киев, 2016), «Предпринимательство в сфере туризма: инвестиционный аспект» (Киев, 2016), «Возрастающая роль информационной инфраструктуры в развитии туристического предпринимательства» (Баку, 2017), «Assessing the degree of national in comeandits macro economic consequencesin Azerbaijan» (Kolumbia, 2018), «Становление и развитие предпринимательства в сфере туризма» (Баку, 2020), “Innovation development and entrepreneurship management in tourism of Azerbaijan” 2021, а также тезисы «Предпринимательская деятельность в сфере туристских услуг» (Баку, 2012), «Предпринимательская деятельность организаций сферы туризма» (Батуми-Трабзон, 2013), «Туристический бизнес в Азербайджане: тенденции, проблемы, перспективы» (Баку, 2014), «Информационные технологии и их роль в эффективном развитии предпринимательской деятельности туризма» (Львов, 2014), «Государственное регулирование инновационного развития пред-

принимательства в туризме» (Санкт-Петербург, 2015), «Инновационное развитие и интеллектуальное обеспечение предпринимательства в туризме» (Ростов-на-Дону, 2015), «Туризм в системе национальной экономики Азербайджана» (Баку, 2017).

Основные выводы и предложения диссертационного исследования приняты к использованию известными на туристическом рынке Французским «PanoramaAssistanceService» (справка от 29 мая 2017 г.), а также Азербайджанским туристским агентством «MillenniumTurizm, KongressDMC» (справка за № 12/02, от 2 декабря 2016 г.). Кроме того, они приняты к использованию в учебном процессе Азербайджанского Университета Туризма и Менеджмента (справка за № 008 D3/BiFD/782 от 2 декабря 2016 г.).

Название организации, в которой выполнена диссертация. Диссертационная работа выполнена в Институте Экономики Национальной Академии Наук Азербайджана.

Общий объем диссертации в символах с указанием объемов каждого из структурных элементов диссертации по отдельности. Общий объем диссертационной работы составляет - 461768 символов, в том числе, введение - 22764 символов, глава I - 63864 символов, глава II - 94982 символов, глава III - 101766 символов, глава IV - 81087 символов, глава V - 57530 символов, выводы - 10614 символов, список использованной литературы - 29161 символов. Без учета в работе таблиц, графиков, схем и списка использованной литературы объем диссертационной работы составил символов.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

В введении диссертации обоснована актуальность исследуемой темы, степень ее изученности, указаны объект и предмет исследования, изложены цель, задачи, методы исследования, а также основные положения вынесенные на защиту. Здесь достаточно раскрыта научная новизна, теоретическая и практическая значимость диссертационной работы, даны необходимые сведения об апробации и внедрении результатов исследования, объемах структурных элементов диссертации в целом.

В первой главе диссертации «**Теоретико-методологические основы предпринимательства и туризма**» рассматриваются теория предпринимательства и концептуальные характеристики туризма, проводится научный анализ становления предпринимательской деятельности и её развитие в сфере туризма, показана эволюция научных подходов к характеристикам современного предпринимателя.

Научным началом в исследовании предпринимательства в туризме считается определение понятия «туризм». Сделанные нами обобщения позволили констатировать, что в результате интенсивного формирования и развития туризма в области туристской терминологии происходят значительные изменения. Многие ученые характеризуют определение «туризм» с разных точек зрения. Недостатки в трактовке понятия «туризм» в основном связаны со специфичностью этой отрасли. На наш взгляд, нужно обратить внимание на туризм, выступающий как фактор экономической стабильности, а также необходимо учитывать факторы способствующие эффективному развитию туризма и взаимоотношению туристов, туристических компаний, занятых в туристской сфере. Такое определение туризма характеризует его с разных точек зрения.

Одним из значимых методологических сторон экономической науки является терминологическое обновление, которое связано с понятием сущности и содержания исследуемого объекта.

Существует множество определений понятия «предпринимательство», но пока не сформировался единый подход. Одна из главных причин состоит в том, что само предпринимательство постепенно эволюционировало, развивалось, расширяя свои границы и функциональные возможности. Именно поэтому необходимо дальнейшее осмысление сущности и содержания предпринимательства.

На основе изучения природы предпринимательской деятельности, различных мнений ученых сформулирована собственная позиция по отношению к понятию «предпринимательство». Предпринимательство представляет собой особый

вид социально-экономической деятельности, требующий наличия собственных средств ответственности, протекающей в условиях риска, основанный на инновационном развитии в границах действующего законодательства и направленный на получение прибыли.

Значимыми характерными чертами предпринимательства можно считать: самоорганизацию и независимость хозяйствующих субъектов; экономическую выгоду; предпринимательский риск; неопределенность и ответственность.

Проведенный нами анализ исследования показал, что теория предпринимательства в своем развитии прошла пять основных этапов, сформулированных следующим образом: первый – характеризуется возникновением этого понятия, связанного с риском; второй – озаглавлен выделением инновационности; третий – отличается усилением влияния на креативных качествах предпринимателя; четвертый – выделяется повышением значимости предпринимательства; современный пятый – определяется взаимодействием двух противоположных факторов: а) конкурентная борьба за рынки сбыта; б) деловое сотрудничество и развитие партнерских отношений.

В работе сделан вывод о том, что выдвинутые в качестве классических и неоклассических теорий научные концепции содержат различные аспекты теоретического обоснования предпринимательства и его наиболее всестороннего воплощения в туризме, который послужил своеобразным импульсом для предпринимательской деятельности в условиях рыночной экономики.

Исследование показало, что за всё время существования предпринимательство, в том числе в туризме прошло четыре этапа становления и развития. Первый этап ведет свое начало с конца 80-х годов прошлого столетия. Этот этап был связан с возникновением кооперативного движения и отличался стремительным развитием предпринимательства. Второй этап определяется с началом 90-х годов, который был связан с осуществляемыми коренными преобразованиями в экономике Азербайджана. Третий этап сформировался к середине 90-х

годов. На этом этапе произошло относительное замедление темпов развития всех существующих видов предпринимательской деятельности. Четвертый приходится на начало XXI века и характеризуется усилением социальных приоритетов рыночной экономики, совершенствованием законодательной и нормативно-правовой базы, стремительным развитием туристической отрасли и формированием эффективного механизма государственной поддержки предпринимательства.

На основе проведенного исследования эволюции научных подходов к характеристикам предпринимателя нами сделан однозначный вывод о его значительной персональной роли предпринимателя, как ведущего субъекта современной экономической системы, чьи личностные, профессиональные и прежде всего деловые качества претерпели эволюцию за свой довольно длительный период развития. В современных условиях предприниматель позиционируется, как человек широкого кругозора, использующий инновации в своей деятельности, способный к риску, умеющий прогнозировать последовательность действий для достижения поставленной цели. Все это, по нашему мнению, будет способствовать расширению сфер предпринимательской деятельности, увеличению возможностей получения дохода и, в конечном счете, послужит импульсом для развития цивилизованных рыночных отношений.

Во второй главе – **«Организационно-экономические и правовые предпосылки формирования и развития туристской предпринимательской деятельности»** исследуются организационно-экономические и правовые аспекты современного туризма, выявляется влияние экономической деятельности туризма на формирование и развитие его предпринимательства, показана организация инфраструктурного обеспечения туристского предпринимательства и обосновывается необходимость государственного регулирования и поддержки предпринимательства туризма.

Для дальнейшего исследования рынка туризма страны в диссертации проведен анализ динамики показателей въездного и выездного туризма Азербайджана за период 2011-2020 гг.

Тенденции изменения индикаторов национального туризма в разрезе его составных частей (въездного и выездного туризма) представлены в таблице 1.

Таблица 1. Динамика показателей международного (въездного и выездного) туризма Азербайджана за 2011-2020 гг. (тыс. чел.)

| Показатели | Г о д ы | | | | | | | | | |
|---------------------------------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Число иностранных граждан, посетивших Азербайджан | 2239,2 | 2484,1 | 2508,9 | 2297,8 | 2006,2 | 2248,8 | 2696,7 | 2849,6 | 3170,4 | 795,7 |
| в т. ч. с целью туризма, из них: | 1561,9 | 1985,9 | 2129,5 | 2159,7 | 1921,9 | 2044,7 | 2454,0 | 2605,3 | 2863,5 | 519,4 |
| Отдых и развлечения | 519,8 | 687,8 | 705,2 | 709,9 | 668,8 | 697,1 | 839,3 | 1042,4 | 1164,0 | 164,9 |
| Деловой | 591,9 | 595,3 | 648,9 | 670,5 | 632,3 | 691,7 | 834,4 | 787,4 | 850,5 | 177,5 |
| Лечебный | 33,3 | 43,0 | 46,2 | 46,3 | 36,5 | 41,5 | 49,1 | 63,1 | 63,9 | 10,4 |
| Религиозный | 10,5 | 13,2 | 13,7 | 13,7 | 11,5 | 12,6 | 14,7 | 15,3 | 16,6 | 3,0 |
| Посещение родственников, друзей | 381,4 | 607,5 | 673,7 | 677,1 | 542,0 | 562,0 | 674,9 | 651,6 | 719,9 | 133,2 |
| Другие туристские цели | 25,0 | 39,1 | 41,8 | 42,2 | 30,8 | 39,8 | 41,6 | 45,5 | 48,6 | 30,4 |
| С другими целями | 677,3 | 498,2 | 379,4 | 138,1 | 84,3 | 204,1 | 242,7 | 244,3 | 306,9 | 276,3 |
| Число граждан Азербайджана выехавших за границу | 3550,2 | 3874,4 | 4284,7 | 4244,3 | 4095,8 | 4281,9 | 4108,9 | 4908,1 | 5567,7 | 1164,6 |
| в т. ч. с целью туризма, из них: | 2308,2 | 2828,9 | 3306,7 | 3319,4 | 3256,2 | 3592,1 | 3447,4 | 4096,7 | 4347,3 | 746,6 |
| Отдых и развлечения | 513,1 | 897,6 | 1053,9 | 1014,6 | 1045,2 | 1096,1 | 1054,9 | 1126,3 | 1251,7 | 194,8 |
| Деловой | 1150,3 | 1172,3 | 1290,9 | 1277,8 | 1185,3 | 1371,6 | 1306,5 | 900,2 | 848,8 | 168,5 |
| Лечебный | 92,6 | 116,5 | 169,0 | 169,8 | 140,0 | 192,7 | 189,6 | 288,6 | 268,8 | 42,9 |
| Религиозный | 64,0 | 66,2 | 82,5 | 117,8 | 133,5 | 127,1 | 120,1 | 245,3 | 250,0 | 39,2 |
| Посещение родственников, друзей | 390,8 | 457,2 | 579,9 | 565,0 | 592,6 | 613,9 | 586,1 | 844,5 | 876,4 | 157,9 |
| Другие туристские цели | 97,4 | 119,1 | 130,5 | 174,3 | 159,6 | 190,7 | 190,2 | 691,8 | 851,6 | 143,3 |
| С другими целями | 1242,0 | 1045,5 | 978,0 | 924,9 | 839,6 | 689,8 | 661,5 | 811,4 | 1220,4 | 418,0 |

Источник: Таблица составлена автором на основе данных Госкомстата Азербайджанской Республики за 2021 г. С. 289.

Как видно из таблицы, в допандемийный период (2011-2019 гг.) отмечалась позитивная динамика увеличения числен-

ности посетивших Азербайджан иностранных туристов. Подобный тренд, несомненно, был обусловлен положительными сдвигами в экономике страны и её туристической притягательности, организацией здесь авторитетных мероприятий международного уровня, возросшей экспансией гостиничных брендов и т.п.

Приведенные в таблице 1 данные свидетельствуют о превалировании в допандемийный период выездного туризма. Это, на наш взгляд, является результатом того, что курортно-рекреационные зоны и отельная сеть страны не отвечают международным стандартам. Не менее существенным моментом представляется предпочтительность для местных турфирм организации для своих граждан зарубежных туров в виду более высокой прибыльности этой формы туризма относительно въездного.

В работе обосновывается целесообразность активизации внутреннего туризма. Отметим, что спектр главных факторов слабого развития внутреннего туризма включает, прежде всего, малочисленность объектов туризма в стране (особенно в регионах), дороговизну туристских услуг (размещение, питание и логистика). Обоснованность приоритетного продвижения внутреннего туризма представляется аргументированным, учитывая, что оно будет содействовать ускоренному развитию регионов и созданию востребованных новых рабочих мест. Следует акцентировать внимание и на то обстоятельство, что определенная доля денежных затрат граждан республики, предназначенных для зарубежных путешествий, будет перенаправлена на внутренний денежный оборот, а это, в свою очередь, будет способствовать увеличению доходной части государственного бюджета и росту валового внутреннего продукта.

Приоритетным направлением туристского предпринимательства считается гостиничный бизнес. Значительное влияние на спад практически всех показателей гостиниц оказала пандемия коронавируса COVID-19. Так, по данным Госкомстата, в 2020 году доходы гостиниц и объектов гостиничного типа составили 116,8 млн. манат, что почти в четверо меньше соответствующего показателя 2019 года. В результате, доля данного сектора в ВВП сократилась на 1,2 процентных пункта – до 1,2%.

В число факторов, влияющих на развитие предпринимательской деятельности в гостиничном хозяйстве, следует отнести, прежде всего, политическую стабильность, общую экономическую обстановку, свободную конкурентную среду, инфраструктурное обеспечение, законодательную базу, инновационный подход к деятельности, спрос на гостиничные услуги, информационное и рекламное обеспечение, профессиональные кадры.

По спектру и силе прямого и косвенного влияния туризма на развитие экономики данная отрасль является одной из ведущих. Согласно проведенному нами исследованию, в Азербайджане это непосредственное воздействие принимается во внимание со сравнительно высоким уровнем репрезентативности, тогда как опосредованные аналоги, также имеющие не менее весомую значимость, все ещё игнорируются. Косвенное влияние туризма на экономику может учитываться с помощью такого коэффициента как туристский мультипликатор, КПД применения которого в туристической отрасли, с учетом её специфичности, может получить более явственное проявление.

Проведенный нами анализ динамики доли поступлений от туризма в структуре макроэкономических показателей страны показал, что в 2020 году доля туристских поступлений в общем объеме ВВП составляла 1,1%, а их доля в объеме экспорта товаров и услуг 4,8% (см. табл. 2). Из-за условий неопределенности в 2020 году в сравнении с 2019 эти показатели снизились вдвое. Однако невысокая доля поступлений от туризма, до пандемии в общем объеме экспорта товаров и услуг свидетельствуют об имеющихся резервах и потенциальных возможностях вывода туристической отрасли на ведущие позиции в экономическом развитии страны.

В этой же главе для более достойного развития всех важных компонентов туристской инфраструктуры предлагается повысить уровень организации инфраструктурного обеспечения туристского предпринимательства, что будет непосредственно влиять на эффективное развитие туризма в целом.

Поскольку развитие туристской инфраструктуры имеет

явно выраженный социальный характер, то для ее осуществления следует привлекать государственные и частные инвестиции. В случае несбалансированной структуры инвестиций в стране, то есть когда одни отрасли экономики инвестируются а другие нет, такая ситуация может мотивироваться слабым инфраструктурным обеспечением конкретного вида предпринимательства.

Таблица 2. Динамика доли поступлений от туризма в структуре макроэкономических показателей Азербайджанской Республики

| Годы | Доля поступлений от туризма в общем объеме ВВП, (в %-ах) | Доля поступлений от туризма в общем объеме экспорта товаров и услуг, (в %-ах) |
|------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 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 |

Источник: Таблица составлена автором на основе данных Госкомстата Азербайджанской Республики за 2021 г.с. 367,370

Совершенствование туристского предпринимательства находится в прямой зависимости от его информационной поддержки, которая предполагает наделение полноценными сведениями о вероятных инвесторах и партнерах, доступ к необходимым маркетинговым исследованиям и деловому консультированию и, что весьма ценно, правовое сопровождение бизнес-процессов.

С учетом значимости данного аспекта туристической деятельности, на первый план выступает создание системы её информационного обеспечения на страновом и отраслевом уровнях. На наш взгляд, для предпринимательства (в том числе туристского) целесообразным представляется формирование единого информационного пространства с применением иннова-

ционных подходов и основание на этой базе соответствующей системы. Наличие подобной системы обеспечит комфортный доступ к деловой, банковской и технической информации, существенно облегчит поиск новых партнеров и рынков, продвижение туристской продукции и услуг, а также даст возможность использовать для аналитических и справочных целей большой массив государственных и коммерческих информационных ресурсов.

Ядром информационной инфраструктуры туризма являются туристские информационные центры (ТИЦ), играющие ключевую роль в создании единого туристского пространства.

В рамках ТИЦ представляется своевременным внедрение сети цифрового маркетинга, с помощью которого становится возможным при наличии базы данных с дистанционным доступом в реальном режиме оперативно получать востребованную информацию независимо от распорядка функционирования этого центра. Такая постановка вопроса направлена на налаживание добротной интерактивной связи между участниками туристического рынка.

Основываясь на схеме 1 видно, что туризм охватывает большой объем информационной деятельности, является одним из главных бенефициариев прогресса по интегрированной переработке и информационному обеспечению предпринимательства, делает большой вклад в развитие информационной инфраструктуры.

Концептуальный вывод заключается в том, что туризм как вид экономической деятельности может эффективно развиваться исключительно при оптимально насыщенной туристской инфраструктуре, адекватно обеспечивающей запросы туристского предпринимательства.

Анализ особенностей развития туристского предпринимательства в Азербайджане выявил необходимость регулирующего вмешательства государства в усиление деловой активности на различных иерархических уровнях.

Концептуальный вывод заключается в том, что туризм как вид экономической деятельности может эффективно раз-

виваться исключительно при оптимально насыщенной туристской инфраструктуре, адекватно обеспечивающей запросы туристского предпринимательства.

Анализ особенностей развития туристского предпринимательства в Азербайджане выявил необходимость регулирующего вмешательства государства в усиление деловой активности на различных иерархических уровнях.



Схема 1. Информационная инфраструктура туристского предпринимательства Источник: Составлена автором на основе материалов исследования.

В работе аргументируется положение о том, что государственное регулирование особо важно для уменьшения риска туристской предпринимательской деятельности. Здесь, прежде всего, идет речь об увеличении степени информационной прозрачности рынка туризма. Это означает, что следует создавать такие условия, при которых снижение неопределенности, напрямую связанной с рыночной экономикой, достигалась путем сбора и хранения информации о положении субъектов хозяйствования и их обеспечении.

В сложившихся условиях неопределенности особую значимость имеют меры государственной поддержки субъектов малого среднего предпринимательства (МСП) туризма. Участие МСП в сфере туризма повышает уровень занятости населения, способствует инновационному развитию, улучшает качество туруслуг. В этой связи политика государства направлена на активизацию их поддержки и, в первую очередь на создание благоприятных условий для их развития, а также формирование эффективных механизмов финансовой помощи.

Проведенный анализ исследования позволил определить основные направления активизации и совершенствования государственного регулирования малого и среднего туристского предпринимательства: совершенствование законодательной базы МСП; усиление роли государства в регулировании развития МСП по перспективным направлениям; применение современных методов стимулирования МСП; обеспечение преференций для применения субъектами МСП выделяемых государством ресурсов (материально-технических, финансовых, информационных) и обязательное применение инноваций; поддержка внешнеэкономических связей; оказание содействия в организации обучения (повышения квалификации, подготовки и переподготовки) кадров для предприятий малого и среднего бизнеса.

Реализация вышеперечисленных направлений и мероприятий обеспечит формирование новых трендов развития туристической отрасли, диверсификацию национального туристического предложения, устойчивость и перманентность развития отечественного туристического рынка.

В третьей главе диссертации – **«Концептуальные основы и приоритетные направления инновационного развития предпринимательства в туризме»** анализируются современное состояние и тенденции инновационного развития туристского предпринимательства, исследуются процессы цифровизации и формы ее проявления в туризме, рассматриваются маркетинговые инновации на рынке туристских услуг как одно из основных направлений инновационных процессов, показана определяющая роль государства в повышении инновационной

активности предпринимательства в сфере туризма, а также предложен инновационный подход к оценке влияния повышения уровня развития предпринимательства в туризме на экономический рост Азербайджана и стран ЕС.

В данной главе сформулированы основные проблемы, препятствующие созданию и внедрению инноваций в сферу туризма: слабая правовая база регулирования и развития инноваций; низкая организованность рынка инновационных проектов; неудовлетворительная инновационная культура; большой срок окупаемости инновационных проектов; недостаточный уровень государственной поддержки и стимулирования инновационной активности предприятий.

К росту инновационного потенциала может привести применение кластерного подхода, но только при условии, если на уровне страны будут разработаны механизмы, которые позволят использовать гибкое финансирование работы по развитию кластеров. Применение этих механизмов создаст возможность гибкого использования финансовой поддержки государства для реализации новых кластерных проектов. На наш взгляд, создание туристских кластеров в районах Азербайджана будут служить инструментом для стимулирования развития туризма в регионах, оказывать влияние на расширение занятости, росту заработной платы и отчислений в бюджеты, а также, что очень важно, будут способствовать развитию инновационной среды регионов.

Для эффективного инновационного развития туристской предпринимательской деятельности, на наш взгляд, целесообразно использовать следующие рекомендации:

- для вхождения Азербайджана в мировое инновационное пространство и создания конкурентоспособного национального туристского продукта, необходимо проводить глубокий анализ уровня развития различных видов инноваций, а также определять инновационный потенциал сферы туризма страны;
- при разработке методики инновационного развития следует дать оценку всем показателям, которые относятся к сфере туруслуг, при этом необходимо учитывать условия конкретной

туристской дестинации, а также проводить анализ состояния туристских ресурсов;

- предпринимательскую деятельность в туризме, направить на поиск новых, еще не освоенных сфер использования трудовых, материальных, финансовых ресурсов с применением современной техники и технологии;

- предпринимателям необходимо своевременно и оперативно реагировать на новые изменения в связанных с туризмом сферах деятельности, уметь создавать новейшие методы работы для получения положительных результатов их работы;

- индустрия туризма должна применять все современные компьютерные технологии, от специализированных программных продуктов управления туристским предприятием и до использования глобальных компьютерных сетей;

- создать условие для оперативного взаимодействия между всеми участниками сделки;

- менеджменту предпринимательских структур в условиях инновационной конкуренции, которая делает невозможным точное прогнозирование рыночной конъюнктуры, следует пристальное внимание уделять целой системе конкретных параметров.

Реализация вышеперечисленных рекомендаций позволит оперативно внедрять инновации в сфере туризма, будет содействовать росту уровня конкурентоспособности туристских организаций и их вхождению в международную туристскую среду.

Рост экономики Азербайджана в значительной степени связан с цифровизацией практически во всех отраслях, в том числе и в туризме. Возобновление туризма после пандемии и активное внедрение цифровизации будет одной из важных составляющих восстановления и роста экономики. Исследования показали, что современные тенденции цифровизации в туризме предполагают пошаговую переориентацию участников рынка на сферу онлайн с соответствующей переориентацией финансовых потоков и созданием условий для увеличения доходности туризма.

Нам представляется, что самым перспективным направ-

лением, в настоящее время, является разработки и продвижение цифровых продуктов для туристических направлений. Туристическим фирмам необходимо уделять особое внимание на цифровой поддержке клиентов, применять тактику по защите цен, так как цена всё больше становится главным фактором при решении о приобретении туристической путёвки.

Растущая тенденция цифровизации туристской предпринимательской деятельности настоятельно требует применения современных информационных технологий) и эффективного использования преимуществ глобальной сети Интернет, особенно в стадии создания и продвижения туристского продукта.

Самой современной тенденцией цифровизации туризма является искусственный интеллект (ИИ). По мнению многих специалистов в этой области, потенциал технологий ИИ во много раз больше, чем возможности поисковых систем и людей. В ближайшем будущем, как нам представляется ИИ коренным образом изменит туризм. С позиции изменений в предпринимательстве туризма ИИ может влиять на качественное обслуживание туристов, обеспечивать индивидуализированными услугами, лучше реальных людей удовлетворять их потребности.

Участие МСП в сфере туризма делает возможным улучшение инновационного развития, в том числе и процессов цифровизации. Имеющийся потенциал цифровизации для интенсивного развития малого и среднего туристского предпринимательства во многом зависит от технологических и финансовых возможностей конкретного субъекта и в целом отрасли.

Цифровизация сферы туризма имеет различные формы проявления. К ним относятся: онлайн-покупка готовых туров; мобильные приложения; технология блокчейна; цифровизация самостоятельных туров.

В будущем тенденции цифровизации туризма будут изменяться. Начнется процесс вытеснения с рынка традиционных туристических компаний с оффлайн офисами. Преимущества в конкурентной борьбе будут иметь только лишь те тур-организации, которые успешно станут внедрять процесс кастомизации в предоставление услуг потребителям, при этом

превращая их из потенциальных клиентов в постоянных, тем самым обеспечивая свое выживание на основе достижения высокой прибыли.

В результате исследования нами установлены следующие факторы препятствующие развитию цифровых технологий в сфере туризма: нормативно-правовые (отсутствие нормативно-правового пространства, которое регламентирует контакт субъектов в процессе перехода в цифровое поле); финансово-экономические (малому и среднему предпринимательству туризма очень сложно инвестировать большие средства в цифровизацию этой сферы деятельности, а поддержка и стимулирование не предусмотрены); стабильность общей обстановки (несходность в политических и финансовых ресурсах регионов для объединения в цифровое пространство); недостаточный уровень благосостояния населения (невозможность приобретения multifunctional гаджетов, использования платных услуг интернета в туристических поездках); цифровая неграмотность населения (многие не имеют представления о больших возможностях цифровых технологий либо имеют неполные знания).

Устранение всех вышеперечисленных факторов будет способствовать устойчивому развитию цифровых технологий в сфере туризма Азербайджана.

В этой же главе рассматриваются маркетинговые инновации на рынке туруслуг. Отмечается, что инновации в сфере исследования рынка туруслуг и продвижения туристского продукта это развитие систем мониторинга конкурентов, клиентского рынка, создания имиджа, проведение рекламных кампаний, разработка бонусных программ для клиентов, все эти характеристики относятся к стратегии инноваций в области маркетинговых исследований. По нашему мнению, для успешного проведения маркетингового исследования в сфере туризма необходимо действовать по следующей схеме: предпочтения и интересы потребителей – изучение рынка – извлечение прибыли через внедрения новых форм и удовлетворение спроса покупателей. Предложенная нами последовательность действий должна осуществляться туристской организацией. Следовательно,

одной из основных задач этой организации, предлагающей на реализацию новый пакет услуг, должно быть глубокое изучение интересов и предпочтений потребителей. Именно поэтому важным источником обеспечения такой информацией будет проведение маркетинговых исследований.

Исследования позволили сделать вывод о том, что рынок туристских услуг является наиболее перспективной сферой для использования новых маркетинговых идей, применение которых будут способствовать достижению конкурентных преимуществ. В то же время маркетинговые исследования рынка туруслуг могут стать хорошей основой для оптимального использования территориального потенциала страны или отдельного региона.

Разработка и реализация инноваций в сфере туризма требуют обеспечения усилий различных сфер деятельности. Поэтому инновационный путь её развития немыслим без активного участия государства. Исходя из этого считаем необходимым выполнение двух основных условий: активное участие и поддержка государства в создании и реализации инновационных проектов и выделении ассигнований, а также предоставление субсидий для внедрения проектов в области инновационного развития туризма и его предпринимательства.

Одной из приоритетных целей государства является создание необходимых условий для инновационного развития МСП. В мировой практике существует многообразие способов поддержки малого предпринимательства, но широкое распространение получила специальная структура, название которой бизнес-инкубатор. Нами предлагается новый подход к созданию бизнес-инкубатора, особенностью которого является всестороннее сервисное обслуживание предпринимателя начинающего свое дело. В работе представлен подробный механизм создания бизнес-инкубатора, определены его цели и задачи.

Предложенный нами новый научно-методический подход к созданию инновационных бизнес-инкубаторов окажет существенное влияние на количественный и качественный рост и конкурентоспособность малых и средних туристских предприятий, а также позитивное воздействие на совершенствование

предпринимательской деятельности в сфере туризма.

В работе проанализировано влияние показателей развития предпринимательства туризма на экономический рост страны на основе выборки данных для Азербайджана и 18 стран ЕС. Обоснован положительный экономический эффект от развития предпринимательства в туристической сфере Азербайджана и стран ЕС на основе результатов корреляционного и регрессионного анализа (динамическая регрессионная модель оценки панельных данных Ареллано-Бонда). Эмпирически подтверждено, что увеличение количества прибывших туристов в страну на 1% приводит к возрастанию значения прироста ВВП на душу населения в среднем на 3,38%; количества полетов в рамках международного туризма – на 1,33%, доли выручки от международного туризма в общем экспорте – на 3,64% соответственно. При этом установлено, что конкурентоспособность сферы туристических услуг прямо зависит от уровня инновационного развития страны и цифровизации туризма, в частности готовности информационно-коммуникационным технологиям (ИКТ) в Азербайджане эффект улучшения готовности к ИКТ достигается дольше, сравнительно со странами ЕС, с 2-х годовым лагом во времени). Эмпирически подтверждено, что повышение готовности страны к ИКТ на 1% способствует росту конкурентоспособности туризма Азербайджана и стран ЕС в среднем на 0,49%; увеличение уровня инновационного развития страны – на 0,72%. Из этого следует, что правительствам Азербайджана и стран ЕС, а также другим стейкхолдерам (бизнесу, инвесторам, стартапам и т.д.) для эффективного развития предпринимательства в туризме не стоит ограничиваться только направлением ИКТ и цифровизации, которое сегодня является приоритетным, но и в то же время повышать уровень инновационного развития страны в целом, охватывая и другие трендовые направления.

В четвертой главе диссертации – **«Влияние развития туристской предпринимательской деятельности на решение социальных проблем»** раскрываются взаимосвязи развития туристского предпринимательства и удовлетворение потреб-

ностей населения в занятости, определяется влияние предпринимательской деятельности туризма на уровень и качество жизни населения, представлена сравнительная характеристика развития туризма и его предпринимательства в Азербайджане и ряде других стран с позиций решения социальных проблем, показана система стимулирования и управления мотивацией персонала в предпринимательских структурах туризма.

В туристической отрасли экономики значительное число работников занято в сфере обслуживания (работники туристических компаний, гостиниц, отелей и т.д.) а также в сфере материального производства (строительство дорог, гостиниц, отелей и т.д.).

В таблице 3 приведена динамика числа туристических предприятий и количества занятых туристической деятельностью.

Таблица 3. Динамика числа туристических организаций и количества занятых в них работников (чел.)

| | Г о д ы | | | | | | | | | |
|------------------------------------|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Всего занятых в туризме работников | 1541 | 1730 | 1729 | 1794 | 1586 | 1838 | 1891 | 2074 | 2205 | 1464 |
| Из них: | | | | | | | | | | |
| На государственных предприятиях | 17 | 18 | 24 | 14 | 16 | 16 | 29 | 32 | 68 | 78 |
| На негосударственных предприятиях | 1524 | 1712 | 1705 | 1780 | 1570 | 1822 | 1862 | 2042 | 2137 | 1386 |
| В том числе: | | | | | | | | | | |
| Частные | 1476 | 1596 | 1592 | 1675 | 1443 | 1642 | 1689 | 1861 | 1937 | 1279 |
| Иностранные | 23 | 28 | 33 | 28 | 27 | 78 | 57 | 65 | 125 | 69 |
| Совместные | 25 | 88 | 80 | 77 | 100 | 102 | 116 | 116 | 75 | 38 |
| Число туристических организаций | 141 | 170 | 197 | 218 | 243 | 272 | 339 | 374 | 432 | 300 |

Источник: Таблица составлена автором на основе данных статистического сборника «Туризм в Азербайджане» Госкомстата Азербайджанской Республики за 2021 год., с.13

Как видно из таблицы в 2020 году по сравнению со всеми предыдущими годами наблюдается самое низкое число занятых в туризме работников. Точно такое же положение сложилось на негосударственных туристических предприятиях. За анализируемый период более чем в 4 раза повысился уровень занятости на

государственных предприятиях этой сферы. Что касается числа туристских организаций, то в 2020 году по сравнению с 2019 годом их количество сократилось на 132 организации. Стоит признать, что все вышеперечисленные показатели до 2020 года демонстрировали постоянный рост. Причиной сокращения занятости работников сектора туризма является пандемия коронавируса, которая поставила под угрозу рабочие места как внутри сектора, так и вне его.

Как показало наше исследование, уровень и структура занятых непосредственно в туристской сфере, недостаточно эффективны, хотя потенциальные возможности привлечения населения в эту сферу деятельности в стране очень большие. На наш взгляд, необходимо устранить все сложности на пути развития малого и среднего предпринимательства, так как в этих двух формах имеются большие возможности повышения численности занятых.

Проанализированы доходы организаций занятых туристской деятельностью в городах и регионах Азербайджана. Анализ показал, что до начала пандемии, то есть за январь-февраль 2020 года туристские организации имели высокие показатели доходов. С началом карантинных мер и закрытия границ доходы сектора туризма практически свелись к нулю, в том числе и доходы организаций этой сферы. Такое положение отразилось на доходах по стране и соответственно на уровне и качестве жизни населения.

Согласно нашей позиции эффективное взаимодействие всех элементов инфраструктуры туризма будет способствовать повышению качества жизни населения, привлекательности территории для предпринимателей, инвесторов, туристов и рекреантов.

В этой же главе на примере соседней Грузии и ряда других стран проведен сравнительный анализ причин, по которым развитие туризма и его предпринимательства в отдельных странах значительно опередило Азербайджан. Основываясь на географические, исторические и культурные связи нами были выбраны следующие страны – Грузия, Казахстан, Россия и Турция.

Проведенный сравнительный анализ развития туризма и его предпринимательства в Азербайджане перечисленных выше странах показал, что практически по всем изучаемым показателям Грузия является лидером. Успех в развитии туризма в Грузии стал возможным благодаря тому, что туристические фирмы получают сильную поддержку со стороны государства в виде налоговых льгот и субсидий, в результате предприниматели имеют возможность снижать цены на туруслуги. Поэтому в Грузии цены на туруслуги в два раза дешевле, чем в Азербайджане. Установлено, что в нашей стране туристский сервис пока ещё неконкурентоспособен по сравнению с аналогичными услугами и организациями индустрии туризма Грузии и Турции.

Нами сделан главный вывод, заключающийся в том, что эффективное развитие туризма и его предпринимательства будет возможным только при наличии механизма способного обеспечить координацию политики в сфере туризма, с перспективами развития страны, выделенными в качестве основных приоритетов «Стратегической дорожной карты по национальной экономике и основным секторам экономики». Именно такая координация позволит увеличить объем затрат на бизнес - туризм.

Поскольку оценка и стимулирование труда работников предприятий сферы туризма, на наш взгляд, нельзя признать достаточной и обоснованной в этой же главе диссертации предложен механизм совершенствования стимулирования их труда. Даны конкретные предложения по улучшению оценки итогов деятельности и повышению обоснованности заработной платы менеджеров и специалистов туристских предприятий, по определению их вклада в итоговые результаты их деятельности, развитию мотивационного процесса и улучшение качества предпринимательской среды в данной области хозяйственной деятельности. Для такой оценки в работе нами предлагается на туристских предприятиях применять функционально-стоимостной метод, в основе которого лежит оценка личных качеств специалистов и определение стоимости выполняемых ими функ-

ций с неизменным учетом качества их выполнения, а также полученных предприятием результатов. В качестве методики расчета предложено применять ранжирование всех выполняемых функций по уровню их сложности. Каждой из этих функций предложено присваивать весовые коэффициенты, которые в сумме должны равняться ста процентам или баллам. Поскольку эти сто процентов либо баллов соответствуют должностному окладу, то после проведения вычисления, можно будет определить стоимость каждой функции отмеченной в должностной инструкции. В работе предложено таким же образом определять стоимость всех работ в каждом структурном подразделении и точно и справедливо проводить распределение вознаграждения, что, безусловно, будет способствовать повышению обоснованности заработной платы менеджеров и специалистов в сфере туризма.

В пятой главе диссертации – **«Основные направления повышения эффективности предпринимательской деятельности в сфере туризма»** определены основные направления совершенствования инвестиционной деятельности в туристском предпринимательстве, повышение уровня их развития на базе государственно-частного партнерства, показаны пути повышения влияния туристского предпринимательства на развитие ключевых отраслей экономики.

Развитие предпринимательства в туризме, его эффективность в значительной степени обусловлено привлечением инвестиций. Запросы регионов и туристских предприятий в крупных капиталовложениях обеспечиваются, главным образом, по линии государства. Вместе с тем, учитывая инвестиционную притягательность туризма, мобилизация частных инвестиций и их соединение с государственными может оказать весомое положительное влияние на результативность формирования и развития предпринимательства в этой отрасли.

Одним из главных факторов, влияющих на оздоровление экономики, является регулирование привлечения инвестиций в интенсивное развитие предпринимательской деятельности туризма. Выделим наиболее важные проблемы регулирования ин-

вестиционного вектора туристического сегмента экономики: формирование благоприятной среды для здоровой конкуренции; обеспечение поступательного роста и основательной модернизации туристской сферы; повышение уровня прибыльности и рентабельности деятельности туристских предприятий, имеющих стабильные контракты.

В современных условиях немаловажное значение приобретает оценка инвестиционной привлекательности бизнес-субъектов туристской сферы, поскольку в процессе рассмотрения инвестиционного проекта и оценке сопряженных с ним рисков, особые требования предъявляются к аргументации области применения мобилизуемых ресурсов. Необходимо отметить и тот объективный факт, что чаще всего подобные процедуры не осуществляются.

По нашему мнению, целесообразно при анализе и оценки инвестиционной привлекательности предприятия сферы туризма применять систему совокупных показателей, сгруппированных следующим образом: I-я группа – оценки инвестиционной привлекательности; II-я группа – оценки экономической эффективности работы и действенности ресурсов; III-я группа – оценки рыночной конкурентоспособности.

В первую группу показателей оценки инвестиционной привлекательности предприятия целесообразно, на наш взгляд, включить такие показатели, которые позволят провести оценку финансового положения предприятия. Во второй группе показателей необходимо оценить темпы развития предприятия с позиции оптимальности использования ресурсов и достижения эффективности работы данного предприятия. При этом следует вычислить функцию действенности ресурсов. В третью группу следует включить показатели рыночной конкурентоспособности, т.е. позицию предприятия на соответствующем рынке: масштаб клиентской базы, объем и динамика оказываемых услуг, размер доходов от предоставленных услуг, возможность расширения масштабов деятельности и соответственно увеличения доли, занимаемой им на рынке и т.д.

Предложенная нами схема оценки инвестиционной при-

влекательности одновременно выступает способом привлечения инвестиций, так как характеризует основные параметры привлекательности предприятия для инвесторов.

Для Азербайджана первостепенной задачей считается создание благоприятного инвестиционного климата. Это объясняется, прежде всего, целым рядом причин, среди которых можно выделить следующие: необходимость модернизации сложившейся материально-технической базы, обновление ассортимента внедряемых туристских продуктов и услуг, увеличение масштабов их реализации потребителям. Особое внимание следует обратить на характер и методы привлечения инвестиций, создание условий для популяризации позитивной инвестиционной практики в сфере туризма отечественных предприятий.

Предлагаемые в данном разделе конкретные рекомендации нацелены на приумножение объёма зарубежных инвестиций в сферу туристского предпринимательства. Среди последовательных мер, направленных на решение этой задачи, можно выделить следующие: кардинальное улучшение инвестиционного климата в туристской сфере; привести действующую систему стимулирования иностранных инвесторов в соответствие с современными требованиями; налаживание и дальнейшее развитие международного сотрудничества страны в целях достижения мировых стандартов в области туризма; усиление маркетинговой стратегии и повышение эффективности маркетинговой деятельности в области туристического предпринимательства для активизации иностранных инвесторов и повышения степени их доверия к конструктивности дальнейшего делового взаимодействия с отечественными структурами.

Перечисленные выше меры, будут способствовать совершенствованию инвестиционной деятельности в туристской сфере, а, в конечном счете, росту активности и результативности предпринимательской деятельности в этом секторе экономики.

Мировой опыт свидетельствует, что на современном этапе реализация стратегии развития туризма уже не может считаться прерогативой государства, а должна осуществляться при его взаимном сотрудничестве с бизнесом. Эффективной

моделью такого «союза» является государственно-частное партнерство (ГЧП). В этой связи считаем целесообразным рассмотреть данную форму партнерства в качестве важного фактора повышения уровня развития туристского предпринимательства.

На схеме 2 представлен предлагаемый нами вариант участия государственного и частного секторов в развитии туризма.

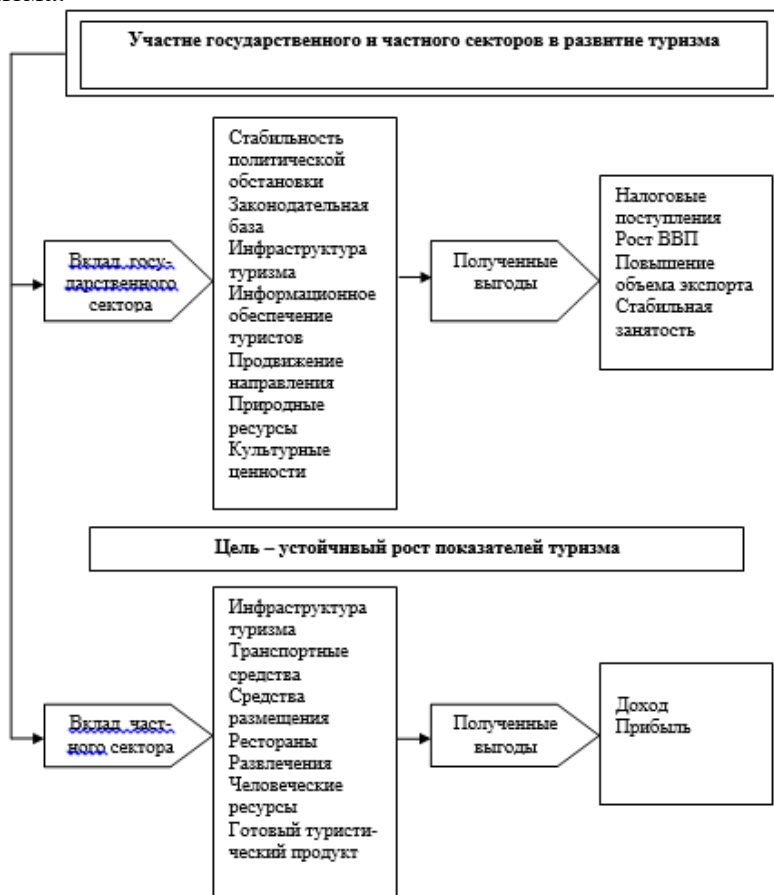


Схема2. Вклад государственного и частного секторов в развитие туризма и полученные ими выгоды

Источник: составлена автором на основе материалов исследования.

Как видно из схемы реализация государством полномочий на высоком уровне создают предпосылки для активного

развития бизнеса и, как следствие бизнес имеет прибыль, а государство, в свою очередь, рост ВВП, налоговые поступления, повышение объемов экспорта и новые рабочие места, способствующие расширению занятости в туристической отрасли. Для государства несмотря на социально-экономический эффект от развития сферы туризма она считается довольно обременительной. Значительная часть прибыли остается в распоряжении частного сектора, тогда как затраты государства на поддержку инфраструктуры туризма весьма большие и не покрываются его доходами. Недостаточные финансовые возможности государства и наличие их у частного сектора свидетельствуют о целесообразности их объединения в рамках ГЧП.

С нашей точки зрения, в отечественной экономике единения «государство- бизнес» будет способствовать достижению позитивных сдвигов за счет высокого синергетического эффекта, что станет действенным рычагом для обеспечения всестороннего развития страны и успешной реализации намеченных целей отдельных хозяйствующих субъектов.

Целесообразность соблюдения интересов, согласованное приложение усилий в связке «государство-бизнес» в рамках ГЧП для урегулирования первоочередных проблем туристской инфраструктуры обуславливается многообразием сопряженных факторов. Среди них можно выделить следующие:

- ресурсные ограничения, в связи с чем государство оказывается не в состоянии исключительно за счет бюджетных средств (то есть без инвестирования предпринимательского капитала) в комплексе решать проблемы туристской инфраструктуры;

- волатильность ситуации в экономике и финансах, при которой бизнес находится в поиске объектов для гарантированного вложения инвестиций;

- характерные для коммерческих компаний (относительно государственных структур) более рациональный менеджмент и гибкая адаптивность к многовариативной среде.

Результативность ГЧП особенно ясно проявляется при реализации больших туристических проектов с инновационной

направленностью. Очень важным при этом, на наш взгляд, является соблюдение выполнения двух обязательных условий:

- точное определение государством стратегических целей и их достижения путем реализации локальных проектов;
- определение правил партнерства между государством и бизнесом на период реализации общих проектов.

С нашей позиции, модель ГЧП в туристическом сегменте экономики Азербайджана должна эволюционировать в направлении конкретизации общей целевой программы этого партнерства по отдельным реальным проектам адекватно его функциональным характеристикам.

Использование преимуществ ГЧП для развития отечественного туризма направлено на более полное вовлечение потенциала этой отрасли и, в конечном счете, содействует повышению уровня востребованности её предпринимательской составляющей.

В данной главе представлено несколько эконометрических моделей влияния показателей туризма на другие отрасли экономики (сельское хозяйство, транспорт, информационные технологии и нефтегазовый сектор).

Значительную долю в нефтегазовом секторе экономики Азербайджана составляет туризм. Именно поэтому самым важным элементом анализа является влияние туризма на развитие нефтегазового сектора. В данной модели логарифмическая регрессия показывает, что 1% увеличения дохода от туризма приводит к 0,76% росту нефтегазового ВВП.

Проведя несколько моделей оценки влияния туризма и его предпринимательства на ключевые отрасли экономики мы можем прийти к выводу, что количественное влияние на другие сектора экономики лежит в использовании логарифмических преобразований переменных в модели регрессий.

Именно эти модели в большой степени превосходят традиционно используемые модели наименьших квадратов и дают намного более точные и логичные результаты в случае прогнозирования переменных. Тем самым, этот подход может быть использован в других странах с учетом их статистических

данных и построения мультипликаторов и коэффициентов.

Модель разницы первого порядка (логарифмического) влияния дохода от туризма на развитие ненефтяного сектора экономики

Зависимая переменная: LOG(NON_OIL)

| Переменная | Коэффициент | Стд. ошибка | t-статистика | Вероятность |
|--------------------------|-------------|----------------------------|--------------|-------------|
| C | 4.983784 | 0.109186 | 45.64479 | 0.0000 |
| LOG(TOTAL) | 0.766509 | 0.017755 | 43.17743 | 0.0000 |
| R-квадрат | 0.993604 | Среднезависимая переменная | | 9.643944 |
| Изм. R-квадрат | 0.993071 | С.Д. зависимая переменная | | 0.742246 |
| С.О. регрессии | 0.061763 | Акаяки инф. критерий | | -2.598811 |
| Сум. кв. отклонений | 0.045806 | Шварц критерий | | -2.507517 |
| Log | 20.19167 | Ханнан-Квин критерий | | -2.607262 |
| Вероятность F-Статистика | 1864.290 | Дурбин-Уотсон Ста. | | 0.684853 |

Модель:

LS LOG(NON_OIL) C LOG(TOTAL)

Уравнение модели:

LOG(NON_OIL) = C(1) + C(2)* LOG(TOTAL)

Измененные параметры:

LOG(NON_OIL) = 4.98378389309 + 0.766509165132* LOG(TOTAL)

Применив предложенные модели мы можем оценить влияние туристского предпринимательства на развитие ключевых отраслей, в том числе на ненефтяной сектор экономики. На наш взгляд, это утверждение верно, так как для оценки развития предпринимательской деятельности в сфере туризма используется совокупный доход от туризма в целом, чье влияние было доказано в данном параграфе диссертации.

ВЫВОДЫ

Результаты проведенного нами исследования по проблемам формирования и развития предпринимательской деятельности в сфере туризма позволили сделать соответствующие

выводы и на этой основе дать конкретные рекомендации.

1. Проведенное исследование показало некоторые положительные тенденции в формировании и развитии туристского предпринимательства в Азербайджане, а именно, процесса расширения и консолидации, создания качественного турпродукта, интенсивного развития гостиничного хозяйства, укрупнения туроператорских фирм, увеличения числа занятых в предпринимательских структурах туризма, усиления специализации, эффективного использования кадрового потенциала. Всё это заложило основу для дальнейшего ускоренного развития туристского предпринимательства, что было подтверждено соответствующими показателями за январь-февраль 2020 года. К сожалению эта прогрессивная тенденция не получила дальнейшего развития в связи с началом пандемии, которая обусловила спад деловой активности в предпринимательстве туризма.

2. Сформулировано авторское определение понятия «предпринимательство», в котором изменения экономической сущности и содержания этого понятия отражают современные явления реальности.

3. На базе изучения теории предпринимательства и концептуальных основ туризма установлено, что выдвинутые в качестве классических и неоклассических теорий научные концепции содержат различные аспекты теоретического обоснования предпринимательства и его практического воплощения в туризме.

4. Установлено, что туризм как экономическая форма деятельности служит стимулятором интенсификации экономического развития республики и мультипликатором увеличения в масштабе страны вновь созданной стоимости, гармонично сочетается с большинством отраслей народного хозяйства и формами деятельности является инструментом перераспределения валового национального дохода в пользу стран с высокоразвитой туристической сферой, выделяется скорым возмещением вложенных инвестиций и их более высокой эффективностью, содействует организации новых рабочих мест.

5. Результаты исследования позволили установить, что

дальнейшее развитие экономической деятельности туризма будет способствовать росту доходов всех участников, обеспечивая тем самым высокую прибыльность этой отрасли для экономических субъектов, в лице которых выступают предприниматели новой формации, способные обеспечить качественный и количественный рост туристского сектора.

6. Обосновано, что для развития всех важных компонентов туристской инфраструктуры необходимо повысить уровень информационного обеспечения предпринимательской деятельности туризма, что в свою очередь будет влиять на эффективное развитие туризма в целом. Определено, что главным фактором эффективной туристской предпринимательской деятельности является информационная инфраструктура. Предлагается создание с применением инновационных подходов, единого информационного пространства туристской предпринимательской информации и на этой основе разработку системы ее информационного обеспечения, что будет способствовать оперативному получению любой необходимой информации. Предложено в рамках функционирующих туристских информационных центров страны внедрять сеть электронного маркетинга. Наличие такой сети будет способствовать налаживанию полноценной интерактивной связи между туристами и поставщиками туристических услуг.

7. Обоснованы основные направления активизации и совершенствования государственного регулирования малого и среднего туристского предпринимательства, реализация которых обеспечит формирование новых трендов развития туристической отрасли страны, диверсификацию национального туристического комплекса, устойчивость и перманентность развития отечественного туристического рынка.

8. Аргументировано, что использование цифрового контента и онлайн платформ предоставляют много преимуществ для туристов и предпринимательства туризма, что в результате ускорит процесс восстановления и развития современного туризма. Отмечается, что в будущем тенденции цифровизации туризма будут изменяться. Начнется вытеснения туркомпаний с

офлайн офисами. Преимущества будут иметь те турорганизации, которые станут внедрять процесс кастомизации в предоставлении услуг потребителям, тем самым обеспечивая свое выживание на основе достижения прибыли.

9. С целью эффективного развития малого туристского предпринимательства предложен новый подход к созданию бизнес-инкубаторов, обеспечивающих разностороннюю поддержку начинающему предпринимателю, особенно на начальном этапе организации деятельности, тем самым повышая шанс на успешную результативность. На основе изучения передового опыта развитых зарубежных стран предлагается процесс последовательного взаимодействия бизнес-инкубаторов с малыми предприятиями. Сформулированы общие принципы создания бизнес-инкубаторов, выявлены их особенности и преимущества. Обоснована целесообразность создания бизнес-инкубаторов в регионах, специализирующихся на производстве нового туристского продукта.

10. Разработаны рекомендации для эффективного инновационного развития туристской предпринимательской деятельности, реализация которых позволит оперативно внедрять инновации в сфере туризма, будет способствовать росту конкурентоспособности туристских организаций и их вхождению в международную туристскую среду.

11. Предложен инновационный подход к оценке влияния повышения уровня развития предпринимательства в туризме на экономический рост Азербайджана и стран ЕС. На основе результатов корреляционного и регрессионного анализа получен положительный экономический эффект от развития предпринимательства в туристской сфере Азербайджана и стран ЕС. Рекомендовано правительствам названных стран, а также другим стейкхолдерам (бизнесу, инвесторам, стартапам и т.д.) для эффективного развития предпринимательства в туризме не ограничиваться только направлением ИКТ и цифровизации, которое сегодня неоспоримо является приоритетным, но и в то же время повышать уровень инновационного развития в целом, охватывая и другие трендовые направления, такие как финан-

совые, страховые, маркетинговые, управленческие, социокультурные, экологические и другие инновации, которые на сегодня тесно связаны и выгодно дополняют друг друга.

12. Выявлены современные тенденции развития инновационного предпринимательства в туризме, такие как: освоение новых, более привлекательных для потребителей туристских продуктов по сравнению с предлагаемыми ранее; увеличение спектра предоставляемых новых туристских услуг; освоение новых сфер применения трудовых, финансовых и материальных ресурсов с использованием новейшей техники и технологии; применение сервисных инноваций; поиск новых идей в гостиничном хозяйстве; применение туристских кластеров различного направления, способствующие росту инновационного потенциала; создание франчайзинговых проектов туроператоров, являющихся важными инновационными трендами в туризме; внедрение новых информационных технологий, применение новых средств маркетинговых инноваций; развитие инновационной инфраструктуры в регионах; освоение новых туристических рынков.

13. Установлено, что в регионах, где доход туристских предприятий низок, организация развития предпринимательства должно основываться на развитии новых видов и форм туризма, позволяющие максимально использовать имеющиеся ресурсы. Для этого, обоснована необходимость проведения анализа существующих ресурсов, оценивания потенциала территории и создания необходимых условий для предпринимательской среды в туристическом комплексе.

14. Выявлены причины, по которым развитие туризма и его предпринимательства в отдельных странах значительно опередило нашу страну. Для примера были выбраны Турция и Грузия, опыт которых подробно рассмотрен в одном из параграфов диссертации. Вместе с тем, выявлено, что в нашей стране имеется значительный потенциал, эффективное использования которого обеспечит выход Азербайджана на ведущие позиции в данной сфере по сравнению с Грузией и Турцией.

15. Разработан механизм совершенствования стимулиро-

вания труда работников, осуществляющих свою деятельность в сфере туризма, в основе которого лежит оценка их личных способностей и определение стоимости выполняемых ими многообразных функций (с учетом качества выполнения) и результативности функционирования организации. Предложенный механизм будет способствовать более эффективной деятельности предприятий сферы туризма.

16. Обоснована необходимость оценки инвестиционной привлекательности предприятий сферы туризма, разработана схема ее проведения, способствующая оптимизации процесса привлечения инвестиций и улучшению условий для их реализации.

17. Для эффективности инвестиций в предпринимательскую деятельность туризма предложены методы, способствующие определению периода окупаемости инвестиций, отдачи на капитальные вложения, а также и дисконтный метод, позволяющий учитывать воздействие временного фактора и фактора риска на итоги реализации туристского проекта. Разработаны рекомендации, направленные на усиление процесса притока иностранных инвестиций в сферу туристского предпринимательства. Для достижения этой цели разработана система последовательных мер, реализация которых будет способствовать совершенствованию инвестиционной деятельности в туристской отрасли, а, в конечном счете, активизации и рационализации предпринимательства в данном сегменте экономики.

18. Обоснована необходимость повышения уровня развития предпринимательства в сфере туризма на базе ГЧП. Отражен вклад государственного и частного секторов в развитие туризма и полученные ими выгоды. Предложена последовательность внедрения основных этапов механизма ГЧП. На основе результатов исследования разработаны рекомендации, использование которых может стать значимым инструментом активизации туристического потенциала и в целом эффективного развития туристского предпринимательства.

19. Рекомендовано несколько моделей оценки влияния туризма и его предпринимательской деятельности на развитие

ключевых отраслей экономики. Объектом оценки выбраны сельское хозяйство, транспорт, информационные технологии и нефтегазовый сектор. В представленных моделях нашло подтверждение значительного влияния туризма в целом на выбранные объекты оценки. Именно эти модели в большой степени превосходят традиционно используемые модели наименьших квадратов и дают намного более точные и логические результаты в случае прогнозирования переменных. Тем самым, этот подход может быть использован в других странах с учетом их статистических данных и построения мультипликаторов и коэффициентов. Применяя предлагаемые модели можно оценить влияние туристского предпринимательства на развитие ключевых отраслей, в том числе и на нефтегазовый сектор экономики.

Основное содержание диссертации нашло отражение в нижеперечисленных опубликованных научных трудах:

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 iqtisadiyyat 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». України, Кіев: 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 одних из главных направлений решения 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 императи-

вы, модернизация, институты». Материалы международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2012, с.31-35.

17. Предпринимательская деятельность организаций сферы туризма /IVthInternationalscientific-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 //Кооперасија елми-практитки журнал. *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 участністю. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 2014, с.59-65.

26. Развитие туристского предпринимательства в условиях

современных рыночных отношений / “ÜmummilliliderHeydər 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 / «Ümummillilider 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 / “Səmərali 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.

Защита состоится 28 Сентябрь 2022 года в 14 часов 00 минут на заседании Диссертационного совета ЭД 2.42 Высшей Аттестационной Комиссии при Президенте Азербайджанской Республики, действующего в Азербайджанском Государственном Аграрном Университете и Азербайджанском Университете Кооперации.

Адрес: проспект Ататюрка 450, AZ 2000, город Гянджа, Азербайджан.

Диссертация доступна в библиотеке Азербайджанского государственного аграрного университета.

Электронные версии диссертации и ее автореферата доступны на официальном сайте Азербайджанского государственного аграрного университета (www.adau.edu.az).

Аннотация отправлена по указанным адресам “30” Июнь 2022 года.

Подписано в печать: 20.06.2022

Формат бумаги: 60x84

Объем: 81448

Количество печатных копий: 70