

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	PIHII (Russia) = 0.234	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 3.860	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)

International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2017 Issue: 04 Volume: 48

Published: 10.04.2017 <http://T-Science.org>



Shafa Tiflis Aliyev
Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor of "World economy",
Sumgait State University,
Azerbaijan Republic
nauka-xxi@mail.ru



Sabina Jeyhun Israilova
student II course faculty
"Economics and Management",
Sumgait State University
Azerbaijan Republic
tedqiqat.elm@gmail.com

SECTION 34. Tourism.

THE PROBLEMS AND WAYS OF DEVELOPMENT OF TOURISM SECTOR IN AZERBAIJAN

Abstract: The problems and ways of development of the tourism sector in Azerbaijan are discussed in this article. The existing problems hindering the development of the tourism sector as profitable and promising sectors of the national economy are examined on the basis of the analysis. The potential of tourism development in Azerbaijan, taking into account its geographical location and climate diversity, national custom, ancient culture, attractions are revealed. The importance of intensifying the development of tourism as efficient sector of the economy to minimize the impact on the oil factor is substantiated. The important aspects and future directions of expansion of tourist services and the overall development of tourism are identified. A number of proposals to address the problems and ways of development of the tourism sector in Azerbaijan in the near future are given.

Key words: Azerbaijan, problems of development of tourism in Azerbaijan, ways of tourism sector development in Azerbaijan, tourist services in Azerbaijan, prospects of development of tourism in Azerbaijan.

Language: Russian

Citation: Aliyev ST, Israilova SJ (2017) THE PROBLEMS AND WAYS OF DEVELOPMENT OF TOURISM SECTOR IN AZERBAIJAN. ISJ Theoretical & Applied Science, 04 (48): 30-35.

Soi: <http://s-o-i.org/1.1/TAS-04-48-6> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2017.04.48.6>

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ СЕКТОРА ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Аннотация: В данной статье рассматриваются проблемы, и пути развития сектора туризма в Азербайджане. На основе анализа изучаются существующие проблемы, мешающие развитию туристического сектора, как одной из рентабельных и перспективных отраслей национальной экономики. Раскрыты потенциальные возможности развития туризма в Азербайджане с учётом его географического местонахождения и разнообразности климата, национальных обычаев, древней культуры, достопримечательностей. Обоснована важность интенсификации развития туризма, как эффективного сектора экономики страны по минимизации влияния от нефтяного фактора. Определены важные аспекты и перспективные направления расширения туристических услуг и в целом развития туризма. Дан ряд предложений по решению проблем и путей развития сектора туризма в Азербайджане в ближайшей перспективе.

Ключевые слова: Азербайджан, проблемы развития туризма в Азербайджане, пути развития сектора туризма в Азербайджане, туристические услуги в Азербайджане, перспективы развития туризма в Азербайджане.

Introduction

После приобретения независимости в Азербайджане одной из главных проблем было формирование оптимальной модели экономического развития национальной экономики. Однако в первые годы независимости

– в начале 1990-х годов осуществить эту сложную задачу было не так просто. В стране, после распада СССР, разрушились кооперационные и хозяйственные связи не только с другими республиками, но даже внутри республики оборвались традиционные

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.234	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 3.860	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

хозяйственные отношения. Более того, в стране не было реальных условий и финансовых средств для модернизации различных секторов национальной экономики. Благодаря заключённому «Контракту века», 20 сентября 1994 года, Азербайджан получил исторических шанс привлечения крупных инвестиционных ресурсов на основную отрасль экономики страны – на добывающую сферу. Конечно, с одной нефтью невозможно построить оптимальную структуру национальной экономики и повысить её конкурентоспособность. Однако нефтяной фактор положительно повлиял на улучшении бизнес-среды и предпринимательскую деятельность в стране, ускорилось проведение основных циклов и фаз экономических реформ, практически с нуля создавалась законодательная база развития предпринимательства и рыночных отношений, ускорились создание соответствующих рыночных инфраструктур и рыночных механизмов, в целом нефтяной фактор послужил ролью ведущего локомотива экономики страны. С увеличением притока нефтедолларов повысился, и объём валютных запасов Азербайджана и это дало возможность для модернизации других секторов экономики страны, в то же время создания более выгодной, одновременно новой для страны сферы национальной экономики, одной из которых является сфера туризма.

Materials and Methods

Туризм является прибыльной сферой деятельности, и служит хорошей основой для опознания страны, для представления его национальных достопримечательностей, культуры, истории, старых обычаев и обрядов, традиций, фауны и флоры и прочее. Более того, приток многомиллионных туристов способствует расширению сети туристических предприятий, центров, маршрутов, которые положительно влияют на повышение экономической активности регионов страны, увеличение занятости, активизации деятельности секторов услуг и их доходов, в целом обеспечивает увеличение доходов населения и рост национальной экономики. Более того, туризм повышает имидж страны и побывавшие здесь иностранные туристы получают больше информации о стране и её культуре. Туризм серьёзно влияет на решение социально-экономических проблем страны. Изучая данные проблемы, исследовать В.Морозов отмечает, что при прямом влиянии, расходы туристов непосредственно формируют доходы предприятия сферы туризма, а при косвенном – прямое воздействие туризма генерирует рост спроса в сопряжённых отраслях. В условиях экономического роста, становится важным усиление косвенного государственного

регулирования сферы туризма, создание возможностей для формирования инфраструктуры, привлечение инвестиций, укрепление хозяйственных связей[1]. В случае эффективности государственной поддержки и создания благоприятных условий, расходы окупаются в течение нескольких лет, и выигрыш государства заключается в развитии одной из инклюзивных отраслей экономики, положительно оказывающей влияние на решение социально-экономических проблем, улучшение уровня благосостояния населения, развитие предпринимательства в туризме и прочее. По мнению исследователя С.Зерновой, в современном мире туризм рассматривается, как социально-экономическое явление, оказывающее прямое и опосредованное влияние на развитие всей связанной с ней инфраструктуры. Туризм, как подсистема сферы услуг, имеет свою типологию и функции, которые позволяют определить его, как автономную сферу хозяйствования. Он сочетает в себе различные виды рекреационной деятельности – оздоровления, познания, восстановления производительных сил человека и феномен туризма является предметом изучения различных отраслей гуманитарного знания, а регулирование предпринимательства в туризме является одним из важных направлений государственного регулирования экономики[2]. Государство, в благоприятных условиях для развития своей национальной экономики должно обратить пристальное внимание на развитие туризма, так как туризм наряду с развитием в качестве одной из важных сфер национальной экономики, в то же время обеспечивает социальное демпфирование, обеспечение сохранения тысячи рабочих мест, развитие инновации и привлечение ресурсов регионов в хозяйственный оборот и рост объёма услуг. Формирование механизма государственной поддержки предпринимательства в туризме позволит эффективно взаимодействовать субъектам предпринимательства и органам государственной власти. Это, в конечном итоге, приведёт к росту объёмов и качеству туристических услуг, увеличению налоговых поступлений в бюджет[3]. Развитие туризма и тем более, эффективной государственной поддержки происходит во многих странах мира, так как в настоящее время рост туристской активности населения во всём мире является важным фактором, влияющий на социальную, культурную и экономическую жизнь стран. Современный этап развития предпринимательской деятельности в туризме, который начался в конце прошлого века, характеризуется ростом туристских потоков, созданием большого количества новых туристских предприятий, формированием

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.234	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 3.860	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

туристской инфраструктуры[4]. Более того, развития предпринимательства в туристическом бизнесе требует решение ряд проблем связанных тенденции и вызовов, вызванное глобализации мировых экономических процессов. Глобализация – один из основных трендов в индустрии международного туризма, сопровождаемый концентрацией доли рынка и влиянием в руках крупных компаний. Эти компании, помимо этого имеют возможность распределять риск, между различными рынками применяя современные материалы маркетинговых схем и доступа на международный рынок труда, также выигрывают и от активного внедрения новых технологий[5]. Дело в том, что во многих странах вопросы развития туризма и специализации на туристическом рынке считаются решающими для заполнения доходов бюджета страны и поэтому им необходимо провести последовательную государственную политику с применением современных механизмов управления, обновленной маркетинговой подходов и схем и внедрением новейших технологий по интенсификации развития туризма в своих странах, что и делается сейчас в Азербайджане. Правда, туристический сектор не является той отраслью народного хозяйства, от которой зависит судьба и заполнение доходной части государственного бюджета Азербайджана, однако туристический сектор объявлен одним из приоритетных направления развития экономики страны. Поэтому активно расширяется материально-техническая база туризма, строятся самые современные отели, туристско-рекреационные комплексы, базы отдыха и процесс применением новейших технологий и лучшего опыта мировых туристических компаний по эффективному управлению туристической деятельности. Исследовательница, О.Барсукова, справедливо подчёркивает, что особенности маркетинга туризма оказывают существенное влияние на понимание и реализацию концепции маркетинга в туризме. Туристский маркетинг должен максимально учитывать такие факторы: 1) туризм является не только экономическим, но одновременно социальным, культурным, экологическим и политическим явлением; 2) услуги отличаются от товаров, как традиционно выделяемыми особенностями, так и вновь выделенными; 3) рынок услуг обладает рядом особенностей; 4) специфичен туристский продукт; 5) комплекс маркетинга включает компоненты по продвижению услуг; 6) маркетинговая деятельность осуществляется субъектами различных уровней управления. Учёт специфики маркетинга туризма позволит субъектам маркетинга разрабатывать эффективные

маркетинговые стратегии и инструменты[6]. К большому сожалению многие туристические компании и субъекты предпринимателей в туристическом секторе не осознавая важность и последовательное осуществлении маркетинговых подходов, маркетинговой политики допускают серьёзные просчёты в прогнозировании и планировании своей деятельности, в результате чего лишаются возможности укрепиться в туристическом рынке, тем самым замедляются темпы роста и развития в целом туристического сектора страны. Необходим комплексный подход в формировании и развитии туристического рынка в современных условиях с учётом разработки и осуществления, оптимальных организационно-экономических механизмов и инструментов. С.Ахмедханова считает, что эффективная направленность управления может обеспечить развития туристскому предприятию быстрее, нежели рост общей экономики или туристского сектора, или даже производства товаров и услуг, связанных и обеспечением туризма...Предмет управления в сфере туризма многообразен. Это, во-первых, экономический механизм и организационная структура. Во-вторых, маркетинг и информационно-рекламные технологии. В-третьих, персонал - менеджеры, специалисты, другие работники, составляющие систему управления[7]. Проблемы и организационные вопросы по эффективности туристической деятельности обуславливают решение вопросов, связанных с рациональностью применяемых механизмов и практических инструментов туристической деятельности, привлекательность отдельных туристических услуг, увеличение разнообразности туристических услуг с обеспечением доходности отрасли. За последние десятилетия стали больше применение инновационных механизмов и инструментов по развитию предпринимательства в сфере туризма[8]. Более того, каждый турист должен получить удовлетворение и максимум удобства от представленных туристических услуг, наслаждаться их многообразием в плане рационально отдыха и духовного обогащения. Туристическая деятельность должна отличаться креативностью и инновативностью[9]. Туристы должны чувствовать и окружаться комфортностью, иметь одновременно возможность выбора активного и пассивного отдыха, в то же время развлекательных и культурных мероприятий. В целом, туризм требует постоянных находчивых решений и обдуманных поступков предпринимателей для удивления туристов с расширением содержательных видов туристических услуг[10]. На наш взгляд, в ближайшей перспективе в мире появится более обновлённые и продуктивные механизмы в контексте

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344
ISI (Dubai, UAE) = 0.829
GIF (Australia) = 0.564
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912
ПИИЦ (Russia) = 0.234
ESJI (KZ) = 3.860
SJIF (Morocco) = 2.031

ICV (Poland) = 6.630
PIF (India) = 1.940
IBI (India) = 4.260

углубления влияний глобальных изменений на туристическую деятельность.

Как мы отметили, туристическая сфера для Азербайджанской экономики является новой отраслью и требует кропотливой, долгой работы по формированию и развитию оптимальной модели развития туристического сектора страны. С этой целью за последние десятилетия проведены не малые мероприятия и укреплена законодательная база развития туризма. Закон Азербайджанской Республики «О Туризме», принятый 4 июня 1999 года способствует развитию туризма и статья – данные законы регулируют государственные принципы туристической деятельности[11]. В нём говорится, что государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики Азербайджанской Республики, содействует туристской деятельности и создаёт благоприятные условия

для её развития, определяет и поддерживает приоритетные направления туристической деятельности, осуществляет, поддержку и защиту Азербайджанских туристов, туроператоров, турагентов и их объединения. Всё это положительно влияет на развитие туризма в Азербайджане. Азербайджан расположен в юго-восточной части Закавказского региона и выступает в роли «золотых ворот» между загадочным далёким Китаем и богатой Европой[12]. В результате принятых государственных мер в стране создана современная гостинично-сервисная инфраструктура, налажена подготовка кадров для туристической индустрии[13]. Все эти факторы дали возможность добиться неплохих результатов в разных сферах туристического сектора. В Таблице 1 даны основные показатели туристического сектора Азербайджанской Республики за 2010-2015 годы.

Таблица 1
Основные показатели туристического сектора Азербайджанской Республики за 2010-2015 годы

Индикатор	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Всего занятых в туризме работников, человек из них:	1418	1541	1730	1729	1794	1586
Непосредственно занятых туристской деятельностью, человек	1159	1279	1473	1515	1567	1308
Число туристских организаций	126	141	170	197	218	243
Количество проданных туристских путевок, число	34121	42583	62866	65448	66233	44615
Количество проданных туристских путевок для путешествия внутри страны, число	3385	4045	5121	7078	6990	4695
Количество проданных туристских путевок для путешествия за рубеж	27030	34254	52378	53771	54900	38002
Количество проданных туристских путевок иностранным гражданам для путешествия внутри страны	3706	4284	5367	4599	4343	1918
Число туристов прибывших и выехавших, в том числе:	69923	83620	101431	91961	92305	61965
Число прибывших туристов	17641	18840	23440	10605	10657	2009
Число выехавших туристов	52282	604780	77991	81356	81648	59956
Число агентств по путешествию и туроператоров, в том числе:	126	141	170	197	218	243
Государственные	2	2	2	3	2	2
Частные	119	135	161	187	207	227
Иностранные	3	3	3	4	5	6
Совместные	2	1	4	3	4	8
Число отелей и аналогичных предприятий, в том числе:	499	508	514	530	535	536
Государственные	37	34	27	27	27	49
Частные	447	460	466	485	489	470
Иностранные	12	11	17	13	13	12
Совместные	3	3	4	5	6	5
Добавочная стоимость, созданная в туристических сферах, млн. манат	-	-	-	2080,2	2404,2	2437,3

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	ПИИЦ (Russia) = 0.234	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 3.860	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

Доля добавочной стоимости, созданной в туристических сферах в ВВП страны, %	-	-	-	3,6	4,1	4,5
Объём инвестиций, вложенных в туристическую сферу, млн. манат	949,2	1407,8	1478,2	1371,0	2204,0	1063,9

Источник: составлено автором на основе данных статистического издания «Туризм в Азербайджане – 2016 год» Государственного Статистического Комитета Азербайджанской Республики. <http://www.stat.gov.az>.

Как видно из Таблицы 1 за 2010-2015 годы число занятых в туризме работников выросло и число туристических организаций от 126 в 2010 году выросло до 243 в 2015 году. Количество проданных туристических путёвок за этот период выросло почти в 2 раза. Однако, в Азербайджан прибывает меньше туристов, чем выезжают за границу, о чём свидетельствует данные 2015 года, где число прибывших туристов составляет 2009, а число выехавших – 59956. К сожалению, последние годы негативные последствия финансового кризиса в мире и падения цен на нефть серьёзно повлияли на деятельность туристического сектора Азербайджана и ухудшение основных показателей в 2015 году больше всего связаны с этими факторами. Должны отметить, что снизился объём вложенных в туристическую сферу инвестиционных ресурсов, так, если в 2014 году данная цифра составила 2204 млн. манат, то в 2015 году лишь – 1063,9 млн. манат. Исходя из сложившейся ситуации считается целесообразным пересмотр стратегических целей и механизмов развития туризма в Азербайджане. Ведь, страна имеет выгодное географическое и стратегическое положения для развития туристической сферы. Однако необходимо интенсифицировать проводимые работы по повышению качества и структуры туристических услуг. И решение множественных проблем, которые мешают развитию туристического сектора. Исследователь, А.Мирзоев отмечает, что для развития туризма в Азербайджане необходимо формировать более привлекательную туристскую среду и формировать конкурентоспособные туристские продукты[14,с.17]. Кроме того, в условиях необходимости уменьшения зависимости экономики Азербайджана от нефтяного фактора требуется расширение роли других секторов, в том числе туристического сектора национальной

экономики страны и, в целом по диверсификации. Поэтому требуется расширить конкурентную среду в национальном туристическом рынке, стимулирование сбалансированного развития туризма в регионах страны[15,с.3]. Тем более, в последние годы приняты ряд стратегических мер по развитию туризма в целом в стране, в том числе и в регионах. Распоряжением Президента Азербайджанской Республики о финансировании некоторых мер, связанных с развитием туризма в Азербайджанской Республики от 1 сентября 2016 года и Распоряжением Президента Азербайджанской Республики «О дополнительных мерах по развитию туризма в Азербайджанской Республике» от 14 сентября 2016 года предусмотрено усиление материально-технической базы и финансирования туристического сектора страны[16;17].И наконец, в рамках принятых стратегических дорожных карт по национальной экономике и основным сектором экономики страны утверждена от 6 декабря 2016 года «Стратегическая дорожная карта относительно развития индустрии специализированного туризма в Азербайджанской Республике»[18].

Conclusion

Таким образом, можно отметить, что туристический сектор в Азербайджане находится на пороге больших изменений в сторону интенсификации развития инфраструктуры, материально-технической базы, географии и перечня других туристических услуг. Ожидается, что туристический сектор в ближайшей перспективе станет одной из привлекательных и инклюзивных отраслей национальной экономики, будет способствовать открытию новых рабочих мест, экономической активности регионов страны и т.д.

References:

1. Morozov VA (2004) Sotsial'no-ekonomicheskiye osnovy vzaimodeystviya turizma so smezhnymi otraslyami natsional'noy ekonomiki. Diss. dr. of econ. scien. Moscow, 2004. -226 p.

Impact Factor:

ISRA (India) = 1.344	SIS (USA) = 0.912	ICV (Poland) = 6.630
ISI (Dubai, UAE) = 0.829	PIHHI (Russia) = 0.234	PIF (India) = 1.940
GIF (Australia) = 0.564	ESJI (KZ) = 3.860	IBI (India) = 4.260
JIF = 1.500	SJIF (Morocco) = 2.031	

- Zernova SV (2010) Mekhanizm realizatsii gosudarstvennoy podderzhki form predprinimatel'stva v turizme Leningradskoy oblasti. Diss. cand. of econ. scien. St.Peterburg, 2010.-204 p.
- Yuts AY (2010) Mekhanizm gosudarstvennoy podderzhki malogo predprinimatel'stva v turizme//Rossiyskoye predprinimatel'stvo.-2010. -№11(2)-P. 118-124.
- Morozov MA (2006) Infrastrukturnoye obespecheniye predprinimatel'skoy deyatel'nosti v turizme: teoriya i metodologiya formirovaniya i razvitiya. Diss. dr. of econ. scien. Moscow, 2006.-365 p.
- Tsypurdeyeva YD (2006) Razvitiye predprinimatel'stva v turistskom biznese. Diss. cand. of econ. scien. St.Peterburg, 2006.-174 p.
- Barsukova ON (2012) Marketing v razvitii rynka vnutrennego turizma. Diss. cand. of econ. scien. Novosibirsk, 2012.-179 p.
- Akhmedkhanova ST (2008) Organizatsionno-ekonomicheskiye osnovy formirovaniya i razvitiya turistskogo rynka v sovremennykh usloviyakh. Diss. cand. of econ. scien. Makhachkala, 2008.-162 p.
- Omerzel DG (2015) Innovativeness in Tourism: Model Development//Procedia Economics and Finance, Volume 23, 2015.-p. 750-756.
- Liu Haiying (2011) Analysis on Service Engineering Innovation of Tourism Based on Process Metaphysics//Systems Engineering Procedia,V.1, 2011.-p. 344-350.
- Solvoll S, Alsos AG, Bulanova O (2015) Tourism Entrepreneurship – Review and Future Directions//Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 2015, Volume 15, No 1. -p. 120-137.
- (1999) Zakon Azerbaydzhanskoy Respubliki«O Turizme». 04.06.1999, № 674-IQ.
- (2017) Fakty ob Azerbaydzhane. Available: <http://www.mct.gov.az> (Accessed: 10.04.2017).
- (2017) Turizm v Azerbaydzhane. Available: <http://www.mct.gov.az> (Accessed: 10.04.2017).
- Mirzoyev AF (2016) Napravleniya povysheniya effektivnosti ispol'zovaniya turistskogo potentsiala v Azerbaydzhane. Diss. dr. of phil. in econ. Ganja, 2016.-23 p.
- Gasnov AN (2016) Formirovaniye strategii razvitiya regional'nykh turistskikh kompleksov. Diss. dr. of econ. scien. Ganja, 2016.-47 p.
- (2016) Rasporyazheniye Prezidenta Azerbaydzhanskoy Respubliki o finansirovani nekotorykh mer, svyazannykh s razvitiyem turizma v Azerbaydzhanskoy Respubliki. 01 September 2016, Baku.
- (2016) Rasporyazheniye Prezidenta Azerbaydzhanskoy Respubliki «O dopolnitel'nykh merakh po razvitiyu turizma v Azerbaydzhanskoy Respublike». 14 September 2016, Baku.
- (2016) Ukaz Prezidenta Azerbaydzhanskoy Respubliki ob utverzhdenii strategicheskikh dorozhnykh kart po natsional'noy ekonomike i osnovnym sektoram ekonomiki. 06 December 2016, Baku.