

UOT 331.5

Vilayət İsmayilov
Azərbaycan Əmək və Sosial
Münasibətlər Akademiyası
ismaylov1953@mail.ru

Aygün Səmədova
Azərbaycan Kooperasiya Universitetinin dissertantı
aygun.samedova@yahoo.com

TURİZM SFERASI MÜƏSSİSƏLƏRİNİN İQTİSADI İNKİŞAFININ PROQNOZLAŞDIRILMASI

Məqalədə Azərbaycanda turizm sahəsinin müasir tendensiyalarına baxılmış və turistlərə xidmət göstərilməsi üzrə beynəlxalq standartların nəzərə alınması ilə cəlbedici turist məhsulunun yaradılması hesabına onun inkişaf etdirilməsi yolları göstərilmişdir.

Həmçinin, turizm sferası müəssisələrinin iqtisadi inkişafını təmin edən çox xətti reqressiya modeli qurulmuş, modelin adekvatlığı yoxlanılmış və bu sahənin inkişaf etdirilməsi istiqamətində müvafiq təkliflər verilmişdir.

Məqsəd - Turizm sferası müəssisələrinin iqtisadi inkişaf proqnozu modelinin qurulması.

Metodologiya - Məqalədə iqtisadi-statistik və reqresiv təhlil metodundan istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın nəticələri - Ölkəmizdə turizm müəssisələrinin iqtisadi göstəricilərinin inkişaf dinamikası müqayisəli təhlil edilmiş və onların iqtisadi inkişafını əks etdirən çox xətti reqressiya modeli verilmişdir.

Açar sözlər: turizm sferası, müəssisə, iqtisadi inkişaf, çox xətti reqressiya modeli.

Giriş

Turizmin kompleks problemləri onun iqtisadi–sosial mahiyyətini, inkişaf prosesində rolunu və həmçinin bazar tipli modelinin təşkilinin spesifik xüsusiyyətlərini formalaşdırır. Son illər ərzində Azərbaycanda turist şirkətlərinin gəlirlərinin artımında sabit bir tendensiya izlənilir. Turizm gəlirinə görə dünya iqtisadiyyatı sahələri sırasında ilk yerdədir. Bir sıra obyektiv səbəblərə görə Azərbaycanda digər ölkələrə nisbətən daha gec turist bazarı formalaşmağa başlamışdır. Böyük imkanlara malik olmasına baxmayaraq, ölkəmizdə bu sfera qlobal turizm bazarında çox mühüm yer tutmaqla onun potensialının 0,5% -dən azını özündə ehtiva edir [6, səh.151-169].

Turizmin sosial–iqtisadi mahiyyəti, onun ayrı–ayrı resurslarının döriyyəyə cəlb edilməsinə şərait yaradılması, həmçinin iqtisadi artımın amili və kapital axınının tərkib hissəsi olması bu sahənin probleminin hərtərəfli öyrənilməsinin vacibliyini müəyyənləşdirir. Azərbaycanda beynəlxalq turizmin inkişafı bir sıra daxili problemləri (məsələn, işsizlik, iqtisadi və maliyyə qeyri-sabitliyi və s.) həll etməklə bərabər, həm də ölkənin dünya bazarında mövqeyini gücləndirmək və onun nüfuzunu artırmaq imkanına malikdir [3, səh.199-208]. Bu baxımdan, turların formalaşması və həyata keçirilməsi ilə turizm müəssisələri məşğul olduğundan, onların fəaliyyətinin inkişaf etdirilməsi aktualdır və vacib xalq-təsərrüfatı problemi olmaqla özünün həllini tələb edir.

1.Beynəlxalq turizmin təşkili tendensiyaları

Ölkə iqtisadiyyatının dayanıqlı inkişaf etdirilməsində beynəlxalq turizm bir amil kimi ölkə regionlarının iqtisadiyyatına və şəhər büdcələrinə sabit pul axınını, həmçinin qarşıya çıxan çətin maliyyə vəziyyətlərini aradan qaldırmaq üçün zəruri olan pul komponentini təmin edir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (ÜTT) proqnozlarına görə, 2020-ci ilə qədər beynəlxalq turist səfərləri təxminən 2 dəfə artacaq, beynəlxalq turizmdən əldə olunan gəlirlər isə 1,6 milyard ABŞ dollarına çatacaqdır. Statistik məlumatlar göstərir ki, 2018-ci ildə dünyada turist axınının (yerli və beynəlxalq turizmin də daxil olmaqla) həcmi 6,8 faiz artmışdır [9].

Turizm, dünya kapitalının təxminən 7% -ni istifadə edir, 2018-ci ildə 11,88 milyard Beynəlxalq səyahət nəticəsində beynəlxalq turizmdən illik gəlir 5,3 milyard ABŞ dolları həcmində olmuşdur.

“Turizm sferasında WEF indeksləri” staistikasına görə 2018-ci ildə Ümumi Daxili Məhsulun (ÜDM) tərkibində turizmin payı 10,5% , dünyada turizm sahəsində çalışanların sayı 192 milyon nəfərdir və bu da dünya üzrə məşğulluğun 8 faizini təşkil edir [7].

Azərbaycanda iqtisadiyyatın bir sahəsi kimi fəaliyyət göstərən turizmin xarici və yerli vətəndaşların səyahət etməsindən əldə etdiyi 41,034 milyon manat gəlir Qərbi Avropa ölkələrinin böyük əksəriyyətindən kəskin azdır. Bu vəziyyəti bir sıra amillərlə izahlandırmaq olar:

- ❖ ölkəmizdə Dağlıq Qarabağ və onun ətraf rayonlarının hələlik azad edilməməsi və bununla bağlı atəşkəsin dayandırılmasına baxmayaraq sabitliyin tələb edilən səviyyədə ola bilməməsi;
- ❖ turizm xidməti üzrə beynəlxalq bazarda fəaliyyət göstərən yerli turizm müəssisələrinə dövlətin diqqətinin kifayət qədər səviyyədə ola bilməməsi;
- ❖ turizm xidməti sferası müəssisələrində çalışanların ixtisaslaşmasının lazımi səviyyədə aparılmaması.

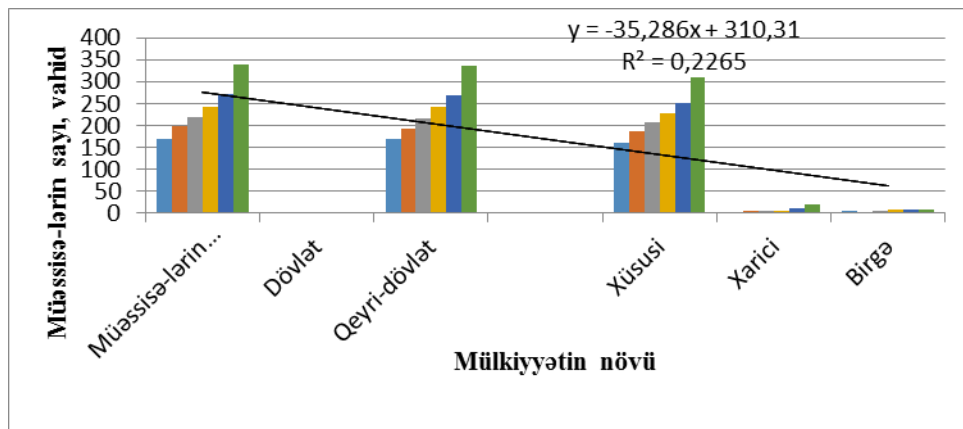
Bununla əlaqəli olaraq, məqalədə Azərbaycanda beynəlxalq turizmin təşkilinin müasir tendensiylərinə baxılmış, turistlərə xidmət göstərilməsi üzrə beynəlxalq standartların nəzərə alınması ilə cəlbedici turist məhsulunun yaradılması hesabına onun inkişaf etdirilməsi yolları təklif edilmiş və bu sfera müəssisələrinin iqtisadi inkişafının proqnoz modeli qurulmuşdur. Bu baxımdan, turizm sferasında fəaliyyət göstərən səyahət agentlikləri müəssisələrinin iqtisadi göstəricilərinin təhlili nəticəsində aşkar edilmiş məsələlərin həll edilməsi istiqamətində iqtisadi inkişafın proqnozlaşdırılması vacib əhəmiyyət kəsb edir.

Proqnozlaşdırma-bazar konyukturasının təhlili əsasında bu sferada fəaliyyət göstərən müəssisələrin perspektiv inkişafının qiymətləndirilməsinə imkan verir.

İqtisadi proqnoz-turizm sferası təsərrüfat subyektlərinin və onların struktur bölmələrinin inkişafının mümkün istiqamətinin və nəticələrinin gözlənməsinin elmi əsaslandırılmasıdır. İqtisadi proqnozlaşdırmada əsas məqsəd turizm sferasında fəaliyyət göstərən səyahət agentlikləri müəssisələrinin iqtisadi inkişafının mümkün istiqamətlərinin axtarılması yolu ilə nisbətən uyğun inkişaf strategiyasının əsaslandırılmış şəkildə seçilməsindən və problemlərin həllinə istiqamətləndirilməsindən ibarətdir.

2. Turizm müəssisələrinin iqtisadi inkişaf proqnozu

Turizm sferasında fəaliyyət göstərən səyahət agentlikləri və turoperatorların mülkiyyət növünə görə sayının proqnozlaşdırılması üçün onların ilkin materialları şəkil 1-də verilir. Müəssisələrin mülkiyyət növünə görə sayının təhlilinə əsasən qeyd edə bilərik ki, 2012-ci ilə nisbətən 2017-ci ildə müəssisələrin sayı 2,0 dəfə artmış, bunlardan isə 99,4%-i qyeri-dövlət, 0,6%-i dövlət müəssisələri kimi fəaliyyət göstərmişdir.



Şəkil 1. Səyahət agentlikləri və turoperatorların mülkiyyət növünə görə sayı

Qeyri-dövlət müəssisələrinin sayı 2012-ci illə müqayisədə 2017-ci ildə 169 vahid, o cümlədən xüsusi mülkiyyət növlü müəssisələrin sayı-3,0 dəfə, xarici-6,0 dəfə və birləşmə-2,0 dəfə artmışdır. Müqayisə edilən dövrdə bu tip müəssisələr üzrə göstəricilərin dinamikası azalan xətti funksiyaya uyğun olmuş, aproksimasiyanın reqressiya əmsalı $R^2=0,2265$ təşkil etmişdir. Eyni zamanda, qeyri-dövlət müəssisələrinin strukturunda xüsusi mülkiyyət növlü müəssisələrin sayı 2017-ci ildə 311 vahid, xarici-19, birləşmə-7 təşkil etmişdir ki, bu da müqayisə edilən ilə nisbətən müvafiq mülkiyyət növləri üzrə 150; 16 və 3 vahid artımın olduğunu göstərir.

Azərbaycan respublikası üzrə səyahət agentlikləri və turoperatorlarda çalışan işçilərin sayında 2012-ci ilə nisbətən 2017-ci ildə 161 nəfər; turizm məhsullarının istehsal xərclərində 13,194 milyon manat; müəssisələrin əldə etdiyi gəlirdə 13,912 milyon manat; satılmış turizm yollayışlarının dəyərində 13,919 milyon manat artım olduğu halda, satılmış turizm yollayışlarının sayında 18,8 min ədəd; qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayında 38,008 min nəfər azalma müşahidə edilmişdir [2, səh.13-14].

Satılmış turizm yollayışlarının və qəbul edilmiş, göndərilmiş turistlərin sayında azalma 2016-cı ilə qədər davam etmiş, lakin 2016-cı ildən sonrakı müddətdə yenidən artma tendensiyası müşahidə edilmişdir. 2016-cı ilə nisbətən 2017-ci ildə yollayışlar üzrə vətəndaşların sayında 50,562 min nəfər, qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayında isə 9,424 min nəfər artım müşahidə edilmişdir. Səyahət agentlikləri və turoperatorların sayında 2012-ci ilə nisbətən 2015-ci ildə 73 vahid və ya 42,9% artım olmasına baxmayaraq, orada çalışan işçilərin sayında azalma baş vermişdir. Fikrimizcə, bu azalma ümumilikdə turizm sferası müəssisələrində əmək haqqının aşağı olması ilə izahlandırılabilir, çünki il ərzində bu müəssisələrin fəaliyyətinin tam təşkil edilməməsi, yəni müvəssitəli xarakterli olması, işçilərin əmək haqqı səviyyəsinin tənzimlənməsinə mənfi təsir göstərir. Satılmış turizm yollayışlarının dəyərində də 2015-2016-cı ildə azalmanın olması müşahidə edilmiş, lakin 2017-ci ildə bu göstəricidə 2015-2016-cı illərlə müqayisədə 1,63 dəfə artım olmuşdur [2, səh.14-16].

Turizm sferasında fəaliyyət göstərən müəssisələrin inkişaf proqnozunun çox xətti reqressiya modelini MS Excel proqram məhsulundan istifadə etməklə qurmaq olar. Bu məqsədlə, turizm müəssisələrində turist məhsullarının istehsal xərcləri, satılmış turizm yollayışlarının dəyəri və gəlirin ilkin məlumatları cədvəl 1-də verilmişdir.

Turizm müəssisələrinin iqtisadi inkişaf proqnozu uzunmüddətli dövr üçün çox xətti reqressiya tənliyi vasitəsi ilə müəyyənləşdirilə bilər. Bu zaman göstəricilərin bir hissəsini elə bir şərt daxilində normativ şəkildə veririk ki, göstəricilərin artım tempi müqayisə edilən müddət ərzində onun orta qiymətinin artım tempinə bərabər olsun. Turist məhsullarının istehsal xərcləri göstəricisi (x_1) dəyişənin orta artım tempini müəyyən edək (cədvəl 2).

Cədvəl 1

Çox xətti reqressiya modelinin qurulması üçün ilkin məlumatlar

İllər	Turist məhsullarının istehsal xərcləri, milyon manat (x_1)	Satılmış turizm yollayışlarının dəyəri, milyon manat (x_2)	Müəssisələrin əldə etdiyi gəlir, milyon manat (y)
2008	12,086	13,453	13,548
2009	16,908	15,072	17,840
2010	17,811	25,848	19,065
2011	20,622	29,317	22,635
2012	23,541	40,693	27,122
2013	25,293	42,892	29,601

2014	27,018	44,820	31,107
2015	30,812	33,475	36,482
2016	29,102	33,467	36,758
2017	36,735	54,612	41,034

Qeyd: Cədvəl [1-2] və [8] məlumatları əsasında müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Cədvəl 2

Turist məhsullarının istehsal xərcləri (x_1) dəyişəninin orta artım tempinin müəyyən edilməsi

İllər	Turist məhsullarının istehsal xərcləri, milyon manat (x_1)	Turist məhsullarının istehsal xərcinin artım tempi, ΔX_1
2008	12,086	-
2009	16,908	1,398974
2010	17,811	1,053407
2011	20,622	1,157824
2012	23,541	1,149201
2013	25,293	1,074423
2014	27,018	1,071143
2015	30,812	1,140678
2016	29,102	0,944502
2017	36,735	1,262284
	Cəmi	10,25244
	Orta qiymət	1,025244

Qeyd: Cədvəl müəllif tərəfindən tərtib edilmişdir

Turist məhsullarının istehsal xərcinin (x_1) orta artım tempini müəyyən etdikdən sonra, həmin göstəricinin üç illik dövr üçün qiymətləri aşağıdakı kimi hesablanır:

2019-cu il üçün: $x_1 = 37,662 \cdot 1,025244 = 38,613$;

2020-ci il üçün: $x_1 = 38,613 \cdot 1,025244 = 39,588$;

2021-ci il üçün: $x_1 = 39,588 \cdot 1,025244 = 40,587$;

Satılmış turizm yollayışlarının dəyəri (x_2) əmilindən asılı olan gəlirin Microsoft Excel-in köməyi ilə müvəqqəti trend funksiyasının tənliyini quraq. Bunun üçün göstəricilərin məlumatları cədvəl 3-də verilmişdir.

Cədvəl 3

Satılmış turizm yollayışlarının dəyəri və gəlir

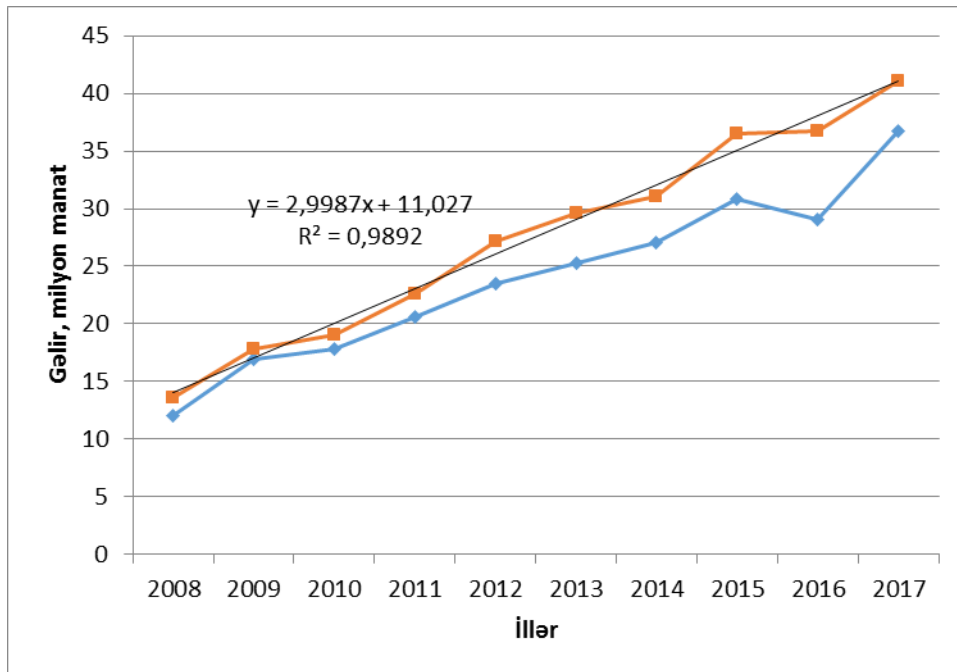
İllər	Satılmış turizm yollayışlarının dəyəri, milyon manat (x_2)	Müəssisələrin əldə etdiyi gəlir, milyon manat (y)
-------	--	---

2008	13,453	13,548
2009	15,072	17,840
2010	25,848	19,065
2011	29,317	22,635
2012	40,693	27,122
2013	42,892	29,601
2014	44,820	31,107
2015	33,475	36,482
2016	33,467	36,758
2017	54,612	41,034
	Cəmi	275,192
	Orta qiymət	27,5192

Müqayisə edilən dövrdə müəssisələrin əldə etdiyi gəlirin orta qiyməti hesablandıqdan sonra verilmiş şərtlər daxilində xətti, loqarifmik, polinomial, dərəcəli və eksponensial tipli trend xətləri içərisində yüksək determinasiya əmsalına malik olan müvəqqəti trend funksiyasının xətti tənliyi Microsoft Excel proqramının köməyi ilə qurulur (şəkil 2).

Göründüyü kimi proqnozlaşdırılan gəlirin müvəqqəti trend funksiyasının tənliyi aşağıdakı kimi olmuşdur:

$$y=2,9987x+11,027; R^2=0,9892. \quad (1)$$



Şəkil 2. Turizm müəssisələrinin gəlir göstəricisinin dövrdən asılılığı

x və y-in göstəriciləri əsasında ən kiçik kvadratlar metodu vasitəsi ilə cədvəl 2-nin göstəriciləri hesablanmış və nəticələri əsasında gəlirin proqnoz modeli verilmişdir:

Istehsal xərcləri (x_1)	Gəlir, milyon manat (y)	x^2	$x.y$	y^2	$y - y^*$	$(y - y^*)^2$
12,086	13,548	146,0714	163,7411	183,5483	-13,9712	195,1944
16,908	17,840	285,8805	301,6387	318,2656	-9,6792	93,68691
17,811	19,065	317,2317	339,5667	363,4742	-8,4542	71,4735
20,622	22,635	425,2669	466,779	512,3432	-4,8842	23,85541
23,541	27,122	554,1787	638,479	735,6029	-0,3972	0,157768
25,293	29,601	639,7358	748,6981	876,2192	2,0818	4,333891
27,018	31,107	729,9723	840,4489	967,6454	3,5878	12,87231
30,812	36,482	949,3793	1124,083	1330,936	8,9628	80,33178
29,102	36,758	846,9264	1069,731	1351,151	9,2388	85,35543
36,735	41,034	1349,46	1507,384	1683,789	13,5148	182,6498
Cəmi:239,928	275,192			-	-	
		6244,103	7200,55			749,9112
Orta qiymət: 23,9928	27,5192	-	-	-	-	-

Qeyd: cədvəl MS Excel proqramı əsasında müəllif tərəfindən hesablanmışdır

$$y^* = -1,8859 + 1,2256x. \quad (2)$$

İstehsal xərci əsasında əldə edilmiş gəlirin hesablanmış proqnoz qiyməti ($y^*=48,4$ milyon manat) əsasında belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, bu göstərici növbəti illərdə də müsbət (artım) tendensiyasına malik olacaqdır. Bu onu göstərir ki, turizm sferasında fəaliyyət göstərən müəssisələrin iqtisadi artım səviyyəsi yüksəlmişdir. Eyni zamanda, proqnozun nəticəsi iqtisadi inkişafın alternativinin seçilməsində, optimal variantların həyata keçirilməsi üçün təkliflərin işlənilməsində istifadə edilə bilər.

3. Turizm müəssisələrinin gəlirinin proqnoz modelinin adekvatlığının yoxlanılması

Turizm sferasında fəaliyyət göstərən müəssisələrin əldə etdiyi gəlirinin proqnozlaşdırılması üçün təklif edilən (2) modelinin adekvatlığı Darbin-Uotson ($DW=1,78$) statistikasına əsasən yoxlanılmışdır. Bizim baxdığımız hal üçün $n=10$ və $k=2$ -dir. Bu məqsədlə, faktiki avtokorrelyasiya qalıqlarının olub–olmamasının müəyyən edilməsi üçün Kernelin müvəqqəti sıralarından istifadə etməklə onun aşağı (d_l) və yuxarı (d_u) həddi qiymətinin 5%-li səviyyəsi yoxlanılmışdır.

Kernelin müvəqqəti sıralarından $d_l=0,70$ və $d_u=1,64$ qiymətlərinin 5 %-li səviyyəsini təyin etməklə, faktiki avtokorrelyasiya qalıqlarının olmaması fərziyyəsi yoxlanılır [10]. Əgər, $d_l < DW$, onda avtokorrelyasiyanın həqiqi qalıqlarının olmaması rədd edilir, $DW > d_u$ olduqda isə bu fərziyyə qəbul olunur. $d_l \leq DW \leq d_u$ halında isə məsələ açıq qalır. Bizim baxdığımız halda $DW > d_u$ olduğu üçün avtokorrelyasiyanın olmaması fərziyyəsi qəbul edilir.

(2) modelində göstəricilərin qiymətləri nəzərə alınaraq respublikada fəaliyyət göstərən turizm sferası müəssisələrinin proqnozlaşdırılan gəliri ($y=48,4$ milyon manat) hesablanmışdır. Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, modeldə digər amillərin təsirini də nəzərə almaq mümkündür.

Beləliklə, turizm sferasında fəaliyyət göstərən müəssisələrin iqtisadi inkişafının hərtərəfli təmin edilməsi məqsədi ilə aşağıda qeyd edilən şərtlərin yerinə yetirilməsi məqsədə uyğun hesab edilir:

- Turizmin ölkə iqtisadiyyatında mühüm rolunu nəzərə alaraq onun bölgələrdə də fəaliyyətinin yeni istiqamətləri müəyyənləşdirilməli, bu sahəyə həm dövlət, həm də özəl təşkilatların yaxından dəstəyi təmin edilməli və onun infrastrukturunun inkişafına əlverişli şərait yaradılmalıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizə beynəlxalq turist axının artımına nəqliyyat sisteminin inkişafı, onun komfortluğunun yüksəldilməsi və qiymətlərin əlçatan olması, eyni zamanda informasiya və kommunikasiya vasitələrinin inkişafının mövcud vəziyyəti müsbət təsir göstərir;
- turizmin inkişafına kompütlə bronlaşdırma, texnoloji inkişaf, hava yolları vasitəsilə turistlərin rahat uçuşunun (daşınmasının) təşkili, elektron məlumatlar və kommunikasiya sistemləri əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Eyni zamanda, turizmin inkişafına təsir göstərən əsas amillərdən biri də bir sıra dünya ölkələrindəki sosial-demoqrafiyanın dinamikasıdır. Bununla əlaqəli olaraq marketinq siyasətini tənzimləyən tədqiqatların rolunun yüksəldilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir;
- dövlət tərəfindən turizmin təbliğatına xərclərin payı yüksəldilməli, eyni zamanda fərdi turizm istiqaməti aktivləşdirilməlidir. Bu məqsədlə ölkədə gömrük-sərhəd formallıqları və fiziki şəxslərin rahat ölkəmizə hərəkəti sadələşdirilməli, internet vasitəsi ilə turizm xidmətlərinin sərbəst bronlaşdırılmasının texniki imkanları yüksəldilməli, müştərilərin öz maraqları daxilində xüsusiləşdirilmiş proqramlara orientasiyası və s. kimi prinsiplər nəzərə alınmalıdır;
- turizm bazarı kimi baxılmalıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, hazırda ölkəmizin turizm bazarında aşağı keyfiyyət səviyyəli problem mövcuddur. Bununla əlaqəli olaraq, sosial turizm müəssisələrinin genişləndirilməsi qeyd edilən problem təcili həll edilməlidir. Bu isə aşağıdakı məsələlərin yerinə yetirilməsi yolu ilə həll edilə bilər: birincisi, bu tip müəssisələrin əlavə dəyər vergisindən azad edilməsini təklif etməklə; ikincisi, kommersiya fəaliyyətli turizm müəssisələrinin əlavə dəyər vergisinin sosial turist rentasına çevrilməsi yolu ilə onun xüsusi məqsədli təyinatlı sosial turizm məhsulunun istehsalçılara çevrilməsi; üçüncüsü, turistik məqsədli xaricə səyahət etmək haqqının müəyyənləşdirilməsi və bu vəsaitlərin sosial turizm məhsulunun istehsalının stimullaşdırılmasına yönəldilməsi. Sosial turizm müəssisələrinin sayının artırılması yeni iş yerlərinin yaradılmasına və Azərbaycanın iqtisadi vəziyyətinin yaxşılaşdırılmasına gətirib çıxaracaqdır;
- səyahətin əsas məqsədindən asılı olaraq müxtəlif turizm formalarının, o cümlədən rekreasiya, tanışlıq, konqres (elmi), işgüzar, etnik, dini, idman, təlimləndirici, məcarə və əyləncə və s. yaradılması Azərbaycanın turizm firmalarının fəaliyyətinin genişləndirilməsinin vacibliyini şərtləndirəcəkdir. Turizmin bu formaları, fikrimizcə, onun əsas tendensiyalarının inkişaf etdirilməsinə, dünya turizm sənayesinin təhlilinə və düzgün qiymətləndirilməsinə kömək göstərir. Bu isə turizm müəssisələrinin material bazasının planlaşdırılmasına, turizm bazarının tələbinin aşkar edilməsinə və formalaşmasına, turist məhsulunun istehsalı və realizasiya edilməsinə imkan verir.

Nəticə

Beləliklə, Dünya iqtisadi forumunun (DİF) “Səyahət və turizmin rəqabətliyi” (The Travel & Tourism Competitiveness Report 2018) üzrə 2018-ci ildə apardığı təhlil nəticəsində turizm sferasında rəqabət indeksinin orta göstəricisinə görə 195 ölkə üzrə 73-cü sırada yerləşmiş Azərbaycanın turizm xidmətlərinin göstərilməsində tutduğu yerinin ön sıralara keçirilməsi məqsədi ilə istehlakçıların hüququnun qorunması sahəsində qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi ölkəmizə

xarici turist axınının stimullaşdırılmasına və turizm sferası müəssisələrinin inkişafının sürətlənməsinə inandırıcı səviyyədə təkan verəcəkdir.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat:

1. Azərbaycanın Statistik Göstəriciləri. Bakı. 2013, 804 s.
2. Azərbaycanda turizm.Statistik məcmuə. Bakı. 2018. 136 s.
3. Деточенко Л. В. Особенности современного периода туристского взаимодействия России и Азербайджана. Волгоград. 2018, стр. 199-208.
4. Кремер Н.Ш. Теория вероятностей и математическая статистика. Москва. ЮНИТИ.2001, стр. 543
5. Исмаилов В. И. Основные направления развития агротуризма в Азербайджане. Чешский научный Журнал «Ekonomicke trendy». Пенза. 2017. №1, с. 46-55
6. Устюгова Е. В. Развитие российских предприятий сферы туризма на международном рынке туристских услуг/диссертационная работа на соискание . кандидата наук по экономике. Москва. 2004, стр. 170
7. Stattur.ru/statistics.php
8. <http://www.stat.gov.az>
9. <http://internationalinvestment.biz/tourism/70-v-2017-godu-chislo-turistov-sovershivshih-mezhdunarodnye-poezdki-vyroslo-na-70-millionov.html>
10. univer-nn.ru/ekonometrika/znaceniya-statistik-darbina-uotsona/

**Виляят Исмаилов
Айгюн Самедова**

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

Резюме

В статье рассматриваются современные тенденции в туристической индустрии в Азербайджане и предлагаются пути ее развития путем создания привлекательного туристического продукта с учетом международных стандартов обслуживания туристов.

Кроме того, была создана многолинейная регрессионная модель, которая обеспечивает экономическое развитие туристической отрасли, была проверена адекватность модели и были сделаны соответствующие предложения для развития этой области.

Цель - построение модели прогноза экономического развития предприятий в сфере туризма.

Методология - в статье использован метод экономико-статистического и регрессивного анализа.

Результаты исследования - дана сравнительный анализ динамики развития экономических показателей туристских предприятий в нашей стране и модель линейной регрессии, отражающая их экономическое развитие.

Ключевые слова: сфера туризма, предпринимательство, экономическое развитие, многострочная регрессионная модель.

Vilayat İsmayilov
Aygün Samadova

FORECASTING THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF TOURIST ENTERPRISES

Summary

The article discusses the current trends in the tourism industry in Azerbaijan and suggests ways of its development by creating an attractive tourist product, taking into account international standards of tourist service.

In addition, a multi-linear regression model was created that ensures the economic development of the tourism industry, the adequacy of the model was checked and appropriate proposals were made for the development of this area.

Purpose of the research - building a model for forecasting the economic development of enterprises in the tourism sector.

Methodology - the article uses the method of economic-statistical and regressive analysis.

Findings - a comparative analysis of the dynamics of the development of economic indicators of tourist enterprises in our country and a linear regression model reflecting their economic development is given.

Keywords: tourism, entrepreneurship, economic development, multi-line regression model.

Rəyçi: AƏSMA-nın tədris və elmi işlər üzrə prorektoru, prof. Fəhrad Möhbəliyev

Qəbul edilib: 22.10.2020