

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin
2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli
Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir



Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi

Mündəricat

- [1. QISA XÜLASƏ](#)
- [2. QLOBAL TRENDLƏR](#)
- [3. MÖVCUD VƏZİYYƏTİN TƏHLİLİ](#)
 - [3.1. Turizm sektorunun mövcud vəziyyəti](#)
 - [3.2. Turizm sektorunun GZİT təhlili](#)
- [4. STRATEJİ BAXIŞ](#)
 - [4.1. 2020-ci ilədək strateji baxış](#)
 - [4.2. 2025-ci ilədək olan dövr üçün uzunmüddətli baxış](#)
 - [4.3. 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün hədəf baxış](#)
- [5. HƏDƏF İNDİKATORLARI](#)
- [6. STRATEJİ MƏQSƏDLƏR](#)
- [7. STRATEJİ HƏDƏFLƏR](#)
 - [7.1. Strateji hədəf 1. Xarici turistləri daha çox cəlb etməklə Bakı şəhərinin turizm potensialının tam gerçəkləşdirilməsi](#)
 - [7.1.1. Prioritet 1.1. Azərbaycan Turizm Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması](#)
 - [7.1.2. Prioritet 1.2. Bakı şəhərindəki cəlbedici turizm məkanlarına dair məlumatların və turist xidmət paketlərinin yenilənməsi](#)
 - [7.1.3. Prioritet 1.3. Bakı şəhəri üzrə təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi](#)

[7.1.4. Prioritet 1.4. Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun, o cümlədən uyğun qiymətə mehmanxana və cəlbədicə turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi.](#)

7.2. Strateji hədəf 2. Turizm sektorunun inkişafı üçün ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılması

[7.2.1. Prioritet 2.1. Turizm Şurasının fəaliyyətinin təşkili](#)

[7.2.2. Prioritet 2.2. Turizm və rekreasiya zonalarının \(TRZ\) yaradılması](#)

[7.2.3. Prioritet 2.3. Yerli və xarici turistlər üçün turizmə mövsümlilik problemini regional səviyyədə aradan qaldıran turizm xidməti infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi](#)

[7.2.4. Prioritet 2.4. Viza rəsmiləşdirilməsi proseslərinin və sərhəd keçid prosedurlarının sadələşdirilməsi və sürətləndirilməsi](#)

[7.2.5. Prioritet 2.5. Əsas tələb bazarları ilə hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi](#)

7.3. Strateji hədəf 3. Yerli və regional turistlər üçün regional turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi

[7.3.1. Prioritet 3.1. Sağlamlıq turizmi üçün tələbatın yenidən formalaşdırılması](#)

[7.3.2. Prioritet 3.2. Qış turizminin inkişafının dəstəklənməsi](#)

[7.3.3. Prioritet 3.3. Mədəni turizm marşrutlarının yaradılması](#)

[7.3.4. Prioritet 3.4. İşgüzar turizmin inkişafının dəstəklənməsi](#)

[7.3.5. Prioritet 3.5. Davamlı turizm potensialının gücləndirilməsi \(ekoturizm, kənd turizmi və s.\)](#)

7.4. Strateji hədəf 4. Turistlərin məmnunluğunun artırılması məqsədilə milli turizm keyfiyyət sisteminin yaradılması

[7.4.1. Prioritet 4.1. Turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyulması](#)

[7.4.2. Prioritet 4.2. Turizm sahəsində standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi](#)

8. MALİYYƏLƏŞDİRMƏ MƏXANİZMLƏRİ

9. İCRA, MONİTORİNG VƏ QIYMƏTLƏNDİRMƏ

10. TƏDBİRLƏR PLANI

1. QISA XÜLASƏ

“Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritəsinin başlıca istiqamətləri”nin təsdiqi və bundan irəli gələn məsələlər haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 16 mart tarixli 1897 nömrəli Sərəncamına əsasən 8 əsas və 3 yardımçı olmaqla, 11 sektor üzrə Azərbaycan iqtisadiyyatının təfəssilatlı inkişaf planlarının işlənilməsi məqsədi ilə İşçi qrup yaradılaraq, 2020-ci ilədək iqtisadi inkişaf strategiyasının və tədbirlər planının, 2025-ci ilədək olan dövr üçün uzunmüddətli baxışın və 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün hədəf baxışın hazırlanmasına dair müvafiq tapşırıqlar verilmişdir. Milli iqtisadiyyatın inkişaf strategiyasında prioritet istiqamətlərdən biri kimi ixtisaslaşmış turizmin müəyyənəşdirilməsi turizmin inkişafı istiqamətində görülən işlərin davamlılığına xidmət etməklə yanaşı, Azərbaycan Respublikasının cəlbədicə turizm məkanı kimi qabaqcıl mövqə tutmasına imkan yaradacaq, eyni zamanda qarşılıqlı əlaqələrdən və mövcud turizm potensialından səmərəli istifadə edilməklə turizm sektorunun iştirakçıları arasında əməkdaşlığın inkişafına və Azərbaycanda turizm xidmətləri üzrə keyfiyyətin yüksəldilməsinə gətirib çıxaracaqdır. Strateji Yol Xəritəsi nəzərdə tutulmuş müddətlər ərzində turizm sektorunun inkişafının dəstəklənməsi, beynəlxalq və yerli bazarlarda yüksəkkeyfiyyətli və rəqabətədavamlı turizm xidmətlərinin təmin edilməsi, milli dəyərlərə uyğun turizm təcrübəsinin formalaşdırılması, müasir ideya və innovasiyalara əsaslanan yeni investisiya layihələrinin cəlb edilməsi və turizmin inkişafı ilə əlaqədar aidiyyəti orqanların qarşılıqlı koordinasiyası kimi tədbirləri özündə ehtiva edir.

Son illərin statistik göstəricilərinə görə, turizm Azərbaycanda daim inkişaf edən sektorlardan biri olmuşdur. Belə ki, son 5 ildə Azərbaycanda turizm sektorunda xidmət göstərən sahibkarlıq subyektlərinin və turizm məqsədilə gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayında müvafiq olaraq 4,5 və 8,5 faiz [79] -ortailik sabit artım müşahidə edilmişdir. Hazırda turizm sənayesinin ölkə üzrə ÜDM-də və məşğulluqda birbaşa payı müvafiq olaraq 4,5 və 3,3 faiz [80] -təşkil edir. Bakı şəhəri beynəlxalq miqyasda tanınan turizm məkanları ilə biznes və istirahəti üstün tutan turistləri cəlb etmək baxımından daim turizm sektorunun inkişafının əsas təkanverici qüvvəsi olmuşdur. Çoxsaylı turizm altsektorlarının inkişafı isə, əlavə olaraq, regional turizmin inkişafına da təkan vermişdir. Təhlillər göstərir ki, qonşu ölkələrdən daha çox turist cəlb etməklə, həmçinin global miqyasda daha çox tələbatın olduğu ölkələr üçün ixtisaslaşmış turizm məkanına çevrilməklə Azərbaycanın hər iki sahə üzrə üstünlüyü daha da artırıla bilər.

Mövcud imkan və potensialdan səmərəli istifadə etməklə Azərbaycan 2025-ci ilədək həm regionda, həm də digər dünya ölkələri arasında cəlbədicə turizm məkanlarından birinə çevriləcəkdir. 2025-ci ildən sonrakı dövr üzrə perspektiv isə Azərbaycanı dünyada turistlərin ən çox üstünlük verdikləri 20 turizm məkanından birinə çevirmək, mövcud turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə göstəricilərinin maksimuma çatdırılmasını təmin etməkdir. Qeyd olunan məqsədlərə nail olmaq üçün hava əlaqəsinin və əlçatanlığın artırılması, çoxsaylı turizm növləri üzrə fiziki və sosial infrastrukturun və s. təkmilləşdirilməsi, yerli dəyərlərin beynəlxalq aləmdə uğurlu təbliği mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Birbaşa xarici investisiyaların dəstəyi ilə turizm sektorunda fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlıq subyektləri bu artımın əsas təkanverici qüvvəsi olacaqdır. İnkişaf prosesləri ekoloji dayanıqlılıq prinsiplərinə əsaslanaraq, Azərbaycanda kəndlərin və bütövlükdə regionların inkişafının mühüm komponentinə çevriləcəkdir.

Bu sektor üzrə uzunmüddətli perspektivə nail olmaq məqsədilə 2020-ci ilədək olan dövr üçün ölkə üzrə turizm sektorunda dörd əsas hədəf müəyyənləşdirilmişdir. Birinci hədəf Bakının turizm potensialından tam istifadə etməkdir. Hazırda Bakı şəhəri daha yaxşı inkişaf etmiş infrastrukturə malik olmaqla, çoxsaylı xarici turistlərin marağını cəlb etməkdədir. Bu istiqamətdə müəyyənləşdirilmiş dörd prioritet Azərbaycanın bu perspektivə nail olmasına imkan verəcəkdir. Potensialdan daha səmərəli istifadə məqsədilə xüsusi idarəetmə mexanizminin yaradılması, məlumatlılığın daha da artırılması, turist xidməti paketlərinin yenilənməsi, müxtəlif turizm fəaliyyət növlərinin səmərəli təbliği və turizm infrastrukturunun məqsədyönlü inkişafı nəzərdə tutulur. İkinci hədəf milli səviyyədə daha yaxşı idarəetmənin təşkili, turizm və rekreasiya zonalarının yaradılması, mövsümliliyin aradan qaldırılması üçün regional səviyyədə turizm infrastrukturunun inkişafı, hava əlaqələrinin yaxşılaşdırılması, viza prosedurlarının sadələşdirilməsi də daxil olmaqla, turizm sektorunun inkişafı üçün ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılmasıdır. Üçüncü hədəf regional turizm təşəbbüslərini həyata keçirməklə Azərbaycanda turizmi inkişaf etdirməkdir. Belə ki, daha yaxşı integrasiya olunmuş turizm sektoruna nail olmaq üçün sağlamlıq, qış və ekoturizm kimi turizm növlərinin inkişafına investisiya qoyuluşları həyata keçiriləcəkdir. Dördüncü hədəf turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşunu həyata keçirməkdən və turistlərin məmnunluğunu artırmaq üçün standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sistemini təkmilləşdirməkdən ibarətdir.

2020-ci ilədək olan dövr üçün müəyyən edilmiş hədəflərin reallaşması nəticəsində Azərbaycanda 2020-ci ildə real ÜDM-in birbaşa 293 milyon və dolay 172 milyon manatadək artacağı, cəmi 35 min olmaqla bilavasitə turizm sektorunda 25 min iş yerinin yaradılacağı proqnozlaşdırılır. Təsirin gerçəkləşdirilməsi dövlət-özəl resursları hesabına 350 milyon manat həcmində investisiya qoyuluşunu tələb edir. Turizm sektorunda göstərilən əsas təşəbbüslər Azərbaycan Respublikasının *Dövlət Turizm Agentliyi* tərəfindən əlaqələndiriləcəkdir. ^[113]

Cədvəl 1. Strateji Yol Xəritəsi çərçivəsində görülməli tədbirlər üzrə gözlənilən nəticələr

Nö	Prioritetin adı	ÜDM-ə təsiri (milyon manatla, 2020)	Məşğulluq (tam ştatlı işçilər, 2020)	İnvestisiya məbləği (milyon manatla)
1.1.	Azərbaycan Turizm Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması- ^[114]	10	—	—
1.2.	Bakı şəhərindəki cəlbedici turizm məkanlarına dair məlumatların və turist xidmət paketlərinin yenilənməsi	50	8500	15
1.3.	Bakı şəhəri üzrə təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi	230	16000	100
1.4.	Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun, o cümlədən uyğun qiymətə mehmanxana və cəlbedici turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi	70	6200	100
2.4.	Viza rəsmiləşdirilməsi proseslərinin və sərhəd keçid prosedurlarının sadələşdirilməsi və sürətləndirilməsi	30	—	—
2.5.	Əsas tələb bazarları ilə hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi	30	—	—
3.1.	Sağlamlıq turizmi üçün tələbatın yenidən formalaşdırılması	5	150	15
3.2.	Qış turizminin inkişafının dəstəklənməsi	20	300	15
3.3.	Mədəni turizm marşrutlarının yaradılması	20	3700	95
4.1.	Turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşu	—	150	10

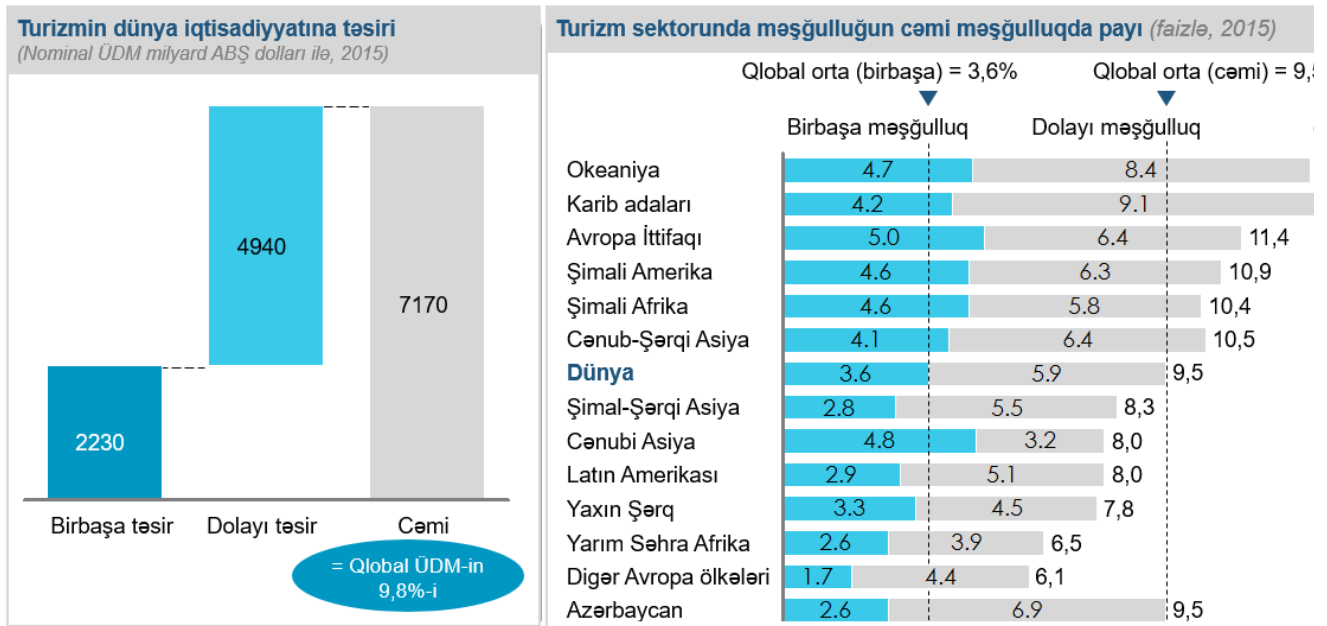
Qeyd 1. Bu cədvəldə yalnız 2020-ci ildə real ÜDM-də 10 milyon manatdan çox artıma və ya 100-dən çox iş yerinin açılmasına şərait yaradan prioritetlər göstərilmişdir. Digər prioritetlər nəzərdə tutulan nəticələrin əldə olunmasında dəstəkləyici rola malikdir.

Qeyd 2. Bu rəqəmlər prioritetlərin təsirləri barədə müəyyən təsəvvür yaratmaq məqsədilə verilmişdir. Tədbirlərin icrası zamanı hər bir prioritet üzrə hərtərəfli təhlillərin aparılması və rəqəmlərin dəqiqləşdirilməsi zəruridir.

2. QLOBAL TRENDLƏR

Beynəlxalq təcrübədə ölkənin istehsal potensialının, əhalinin gəlirlilik səviyyəsinin və məşğulluğunun artımında və digər sektorların inkişafında turizm sektorunun əhəmiyyətli təsiri müşahidə olunmaqdadır. Belə ki, statistik göstəricilərə əsasən, 2015-ci ildə turizm sektorunun dünya ÜDM-ində ümumi payı 9,8 faiz, məşğulluğunda isə 9,5 faiz olmuşdur (şəkil 1).

Şəkil 1. Turizm sektorunun dünya ÜDM-ində və məşğulluğunda pay göstəriciləri

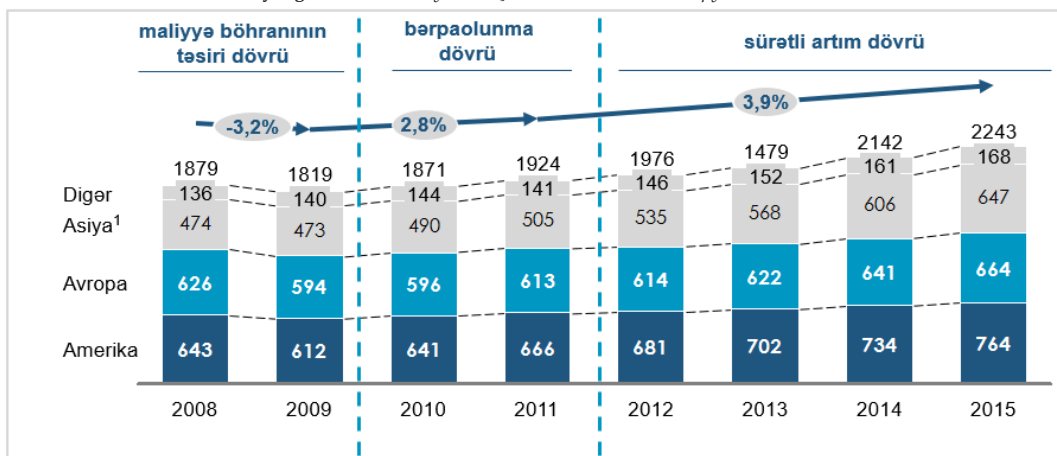


Mənbə: Dünya Səyahət və Turizm Şurası

Turizm sektoru iqtisadiyyatın sürətlə inkişaf edən sektoru olmaqla davamlı dəyişən demografik göstəricilərə və müxtəlifləşən coğrafiyaya malikdir. Turizm sektoru iqtisadiyyatın həssas sektoru kimi qlobal iqtisadi böhranların təsirinə birbaşa məruz qalmasına baxmayaraq, 2009-cu ildən etibarən dördillik müddət ərzində böhranın təsirindən çıxaraq yenidən sürətlə inkişafa başlamışdır (şəkil 2).

Bu trendin əsasını iki mühüm amil təşkil edir. Bir tərəfdən ABŞ, Yaponiya və Avropanın bir çox inkişaf etmiş ölkələrində müşahidə olunan iqtisadi canlanma nəticəsində həmin ölkələrdən gələn turistlərin və müvafiq olaraq onların gəlirlilik səviyyəsinin artması, eləcə də orta sinfin genişlənməsi, digər tərəfdən dövlətlərin turizmin inkişafına artan dəstəyi nəticəsində Asiya və Latin Amerikası ölkələrində də turizm sektorunun inkişafı, həmçinin aşağıbüdcəli hava nəqliyyatı xidmətlərinin mövcudluğu bu sektordakı artımın əsas təkanverici amilləri qismində çıxış edir.

Şəkil 2. Turizm sektorunun əlavə dəyər göstəriciləri (milyard ABŞ dolları, 2011-ci ilin real qiymətləri ilə)



1. Okeaniya ölkələri də daxil olmaqla

Mənbə: Dünya Səyahət və Turizm Şurası

Bu sektorun inkişafı Avropa və Şimali Amerikada mövcud olan ənənəvi turizm mərkəzləri ilə yanaşı, yeni turizm mərkəzlərinin də yaranmasına səbəb olmuşdur. Belə ki, 2015-ci ildə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə yaradılmış turizm mərkəzləri inkişaf etmiş ölkələrlə müqayisədə çoxdur. BMT-nin Dünya Turizm Təşkilatının proqnozlarına əsasən, beynəlxalq turizm sənayesinin davamlı inkişafı nəticəsində xarici turistlərin sayı ildə orta hesabla 43 milyon nəfər artmaqla, 2030-cu ilədək 1,8 milyard nəfərə çatacaqdır. Yeni yaranmış turizm mərkəzlərində xarici turistlərin sayı ənənəvi turizm mərkəzləri ilə müqayisədə 2 dəfə çox olacaqdır.

Statistik təhlillərə əsaslanan proqnozlar turizmin iqtisadiyyatdakı çəkisinin əhəmiyyətli olduğunu deməyə əsas verir. Belə ki, bu sektor eyni zamanda sosial-iqtisadi inkişafın əsas təkanverici qüvvəsi kimi dünyanın bir çox ölkələrinin milli iqtisadi prioriteti hesab edilir. Ümumilikdə isə turizmin təsiri üç əsas kateqoriyaya bölünür.

Birincisi, hava nəqliyyatı, mehmanxanalar, avtomobil kirayəsi ilə məşğul olan şirkətlər kimi turizm altsektorlarının ÜDM-ə birbaşa təsirindən əlavə, digər sektorların da dolayı təsiri turizmin əhəmiyyətini daha da artırmaqdadır. Turizm sektorunun birbaşa və dolayı təsirlərindən başqa, xidmət, tikinti, habelə istehsal sektorlarını əhatə edən və onlar vasitəsilə ÜDM-i artıran induksiya edilmiş təsirləri (*"induced impact"*) da mövcuddur. Bundan əlavə, turizm sektoru inkişafda olan və keçid dövrünü yaşayan ölkələr üçün xarici valyuta daxilolmalarının da əsas təminatçısı qismində çıxış etməkdədir.

İkincisi, turizm sektorunun inkişafının məşğulluğa və regionların sosial-iqtisadi inkişafına təsiridir. Belə ki, bu sektorda istənilən inkişaf yalnız şəhərlərdə deyil, eyni zamanda ekoturizm, kənd turizmi, çimərlik və dini turizm kimi çoxsaylı turizm növlərinin inkişafı vasitəsilə regionlarda və kənd yerlərində də məşğulluq imkanlarının yaradılmasına təkan verir.

Üçüncüsü, turizmin inkişafı ölkə üzrə güclü infrastrukturun yaradılması ilə müxtəlif regionların, o cümlədən kəndlərin infrastrukturunun inkişafına səbəb olur. Əlavə olaraq, uğurlu turizm strategiyası ölkənin imicinin beynəlxalq miqyasda yaxşılaşdırılmasına kömək etdiyindən turizm həm də ölkələr üçün marketing aləti rolunu oynayır. Nəhayət, turizm sektoru ekoloji dayanıqlılıq, mədəni irs, yerli dəyərlərin mühafizəsi və inkişafı istiqamətində göstərilən səyləri də dəstəkləyir.

Ümumiyyətlə hesab edilir ki, turizm sektorunda cəlbədicə münasib təkliflər uyğun olaraq öz tələbatını yaratmaqdadır. Belə ki, hər bir turizm məkanı özünün təbii xüsusiyyətlərinə, mədəni irsinə və xidmət infrastrukturuna görə müqayisəli üstünlüyə malikdir. Məqsədyönlü tədbirlər bu aktivləri digər sektorlardan daha sürətlə turizm sektorunun rəqəbat üstünlüyünə çevirə bilər. Bu cür səylər üç əsas amili əhatə edir: əsas vasitələrin təchiz edilməsini (məsələn, hava əlaqəsi, infrastruktur, təhlükəsizlik və s.), cəlbədicə turizm təkliflərini (məsələn, nəzərdən keçirilən turizm növlərindən asılı olaraq, çimərlik istirahəti, aylence parkları və s.) və bunların uğurlu marketinginin təşkilini. Bunların həyata keçirilməsi üçün ölkədə və ölkədən kənarda turizm imkanlarının geniş təbliği, beynəlxalq səviyyədə turoperatorlar ilə əməkdaşlıq və ölkənin imicinin dəstəklənməsi istiqamətində müxtəlif tədbirlərin təşkili mütləqdir.

Digər tərəfdən turizm sektorunun inkişafı üçün güclü koordinasiya tələb olunur. Bu kontekstdə, turizm sektoru ilə bağlı inkişaf strategiyasının müəyyən edilməsi, maraqlı tərəflərin koordinasiyası və müxtəlif turizm növlərinin inkişafının idarə edilməsi kimi məsələləri əhatə edən dövlət siyasəti turizm sektorunun rəqəbatqabiliyyətiliyinin əsas təkanverici qüvvəsidir. Bunun nəticəsidir ki, əksər ölkələr turizm sektorunda inkişafı təmin etmək üçün turizmlə bağlı mövcud siyasətin koordinasiyasını qurmuş və turizmlə bağlı marketing tədbirlərini həyata keçirmişlər.

Turizm sektorunun inkişafına nail olmaq üçün turizm növlərinə də xüsusi diqqət yetirməklə, tələb və təklifin məqsədyönlü şəkildə uzlaşmasını təmin etmək tələb olunur. Təklif nöqteyi-nəzərindən hər bir turizm növü üzrə rəqəbatqabiliyyətli sahələrin araşdırılmasına və həmin sahələr üzrə rəqəbatın təmin edilməsinə ehtiyac vardır. Tələb faktoru baxımından isə bazarlara yaxınlıq, viza rejimi və nəqliyyat əlaqələri, o cümlədən birbaşa uçuşların mövcudluğu ən əsas hərəkətverici mexanizmlərdir. Buna əlavə olaraq, sosial, demoqrafik və səyahətlə bağlı davranışların öyrənilməsi ən səmərəli proqramların qurulmasına kömək edə bilər.

Qlobal miqyasda işgüzar turizm və şəhər turizmi ölçüsünə görə ən böyük turizm növü olmaqla, kruiz, dini və idman turizm növlərini də əhatə edir. Daha kiçik turizm növlərinə isə tibbi turizm, ekoturizm və aylence parkları aiddir. ABŞ, Avropa İttifaqı ölkələri və ya Yaponiya kimi ənənəvi və kütləvi turizm ölkələrinin yaxınlığında yerləşən ölkə və şəhərlər davamlı artıma nail olmaq istiqamətində öz turizm təkliflərini yaxşılaşdırmaq məqsədilə turizm strategiyalarında işgüzar və şəhər turizmi kimi geniş yayılmış turizm növlərinə xüsusi diqqət yetirirlər. Bu sahəyə diqqət regional bazarlarda, xüsusilə Yaxın Şərq və Asiya kimi inkişafda olan ölkələrdə də artmaqdadır. Ölkələr ümumiyyətlə daha çox ixtisaslaşmış turizm təkliflərini artırmağa çalışırlar, belə ki, müvafiq turizm növlərinin və strategiyanın seçilməsi ölkənin mövcud müqayisəli üstünlüklərindən çox asılıdır. Məsələn, sağlamlıq turizmi bəzi ölkələr üçün uğurlu inkişaf sahəsi olsa da, başqa bir ölkədə səmərə verməyə bilər.

Ümumiyyətlə, turizm sənayesinin dəyişən dinamikasına müvafiq olaraq son illərdə turizm strategiyasının inkişafı sahəsində beş əsas istiqamət qlobal trend kimi müəyyənləşdirilmişdir.

Birincisi, ölkələr və turizm məkanları turizm brendinin hazırlanmasına və təbliğinə daha çox diqqət yetirirlər. Dünya miqyasında yeni biznes modelləri, sosial şəbəkə və güclü istehlakçı kütləsinin formalaşması qlobal bazarı nəzərəcarpacaq şəkildə dəyişmişdir. Turistlərin sayının artmasını nəzərə alaraq, fərqli maraq dairəsinə malik turistlərə xidmət məqsədilə turizm sektoru mümkün olan bütün seçimləri və növləri diversifikasiya etmişdir. Turizm məkanlarının geniş seçimini təmin etməklə yanaşı, bu amillər yeni bazar təmayüllərinə uyğunlaşmaq üçün mövcud struktur və marketing strategiyalarının yenidən qiymətləndirilməsi zərurətini ortaya çıxarmışdır. Bu baxımdan, dövlət və özəl sektorun nümayəndələri eksklüziv və innovativ təklifləri artırmaqla ixtisaslaşmış turizmi, müxtəlif biznes modellərini və məhsul brendlərini hədəfləyərək, turizm mərkəzlərini daha da təşviq etmək üçün təşəbbüslər həyata keçirməyə çalışırlar.

İkincisi, dünya ölkələrində mühüm amil kimi hava əlaqəsinin və əlçatanlığın gücləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirir. Belə ki, qabaqcıl ölkə təcrübələrində iqtisadi səmərə üçün milli aviadaşıyıcıya sahib olmaqla yanaşı, həm də uyğun qiymətə avabiletlərin təşkili məqsədilə müxtəlif istiqamətli tədbirlər görülür və bazarın genişləndirilməsi təmin edilir. Bundan əlavə, əksər ölkələr ciddi investisiya qoyuluşu həyata keçirmədən əlçatanlığın yaxşılaşdırılması məqsədilə viza proseslərini asanlaşdıracaq tədbirlər həyata keçirirlər.

Üçüncüsü, turizm məkanları üzrə flaqman layihələr sektor strategiyasının həyata keçirilməsi baxımından mühüm element hesab edilir. Flaqman layihələr sektor strategiyasını dəstəkləyən operativ, böyükmiqyaslı və nəzərəcarpan investisiya layihələridir və daha geniş islahatların həyata keçirilməsində həm güclü əlaqə vasitəsi, həm də marketing aləti rolunu oynaya bilər. Nəhayət, bu cür layihələr coğrafi əhatə dairəsini kiçiltmək və islahatların mürəkkəbliyini azaltmaqla, bütövlükdə sektor üçün səmərəli təsir göstərə bilər.

Dördüncüsü, master planın inkişafı turizm sektorunun sürətli inkişafı üçün əsas alət kimi istifadə edilir. Qurumlar bu planların hazırlanmasına və icrasına məsuliyyət daşıyır və bu master plan proseslərin sadələşdirilərək investorlar üçün cəlbedici edilməsi ilə yanaşı, həm də inteqrasiya edilmiş brend strategiyasının tətbiqinə də şərait yaradır. Dövlət təşkilatları master planda bu inkişafın ayrılmaz tərkib hissəsi kimi nəzərdən keçirilir, nəqliyyat və ya ətraf mühitin mühafizəsi üzrə fəaliyyətlərinin genişləndirilməsi nümunəsində tələb edilən infrastrukturun məqsədyönlü planlaşdırılması işinə xidmət edirlər.

Beşincisi, inkişafda olan ölkələr turizmin inkişafı üçün birbaşa xarici investisiyalara daha çox üstünlük verir. Bu, əsasən, bəzi inkişaf prosesləri üzrə yüksək investisiya qoyuluşlarının tələb edildiyi, xüsusən də infraqurum investisiya qoyuluşlarının zəruri olduğu hallarla daha çox bağlıdır. Bununla belə, dəyər zəncirində ən çox beynəlxalq şirkətlər iştirak etdiyinə görə, investisiyaya tələb zəruri olmadığı hallarda belə, beynəlxalq investorlarla əməkdaşlıq səmərəli ola bilər.

3. MÖVCUD VƏZİYYƏTİN TƏHLİLİ

3.1. Turizm sektorunun mövcud vəziyyəti

Turizm siyasətinin çərçivələri

Son illərdə turizm sektorunun inkişafı istiqamətində bir sıra məqsədyönlü tədbirlərin həyata keçirilməsi bu sektorun davamlı inkişafına səbəb olmuşdur. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2002-ci il 27 avqust tarixli 1029 nömrəli Sərəncamı ilə "Azərbaycan Respublikasında 2002–2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"nın həyata keçirilməsi nəticəsində turizmin inkişafı üçün münbit şərait yaradılmış və ölkəmizin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasının əsası qoyulmuşdur.

Bu siyasətin davamı olaraq Azərbaycanda yüksək iqtisadi, sosial və ekoloji tələblərə cavab verən müasir turizm sahəsinin formalaşdırılması və onun ölkə iqtisadiyyatının əsas inkişaf dayaqlarından birinə çevrilməsinin təmin edilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2010-cu il 6 aprel tarixli 838 nömrəli Sərəncamı ilə "Azərbaycan Respublikasında 2010–2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı" təsdiq edilmişdir.

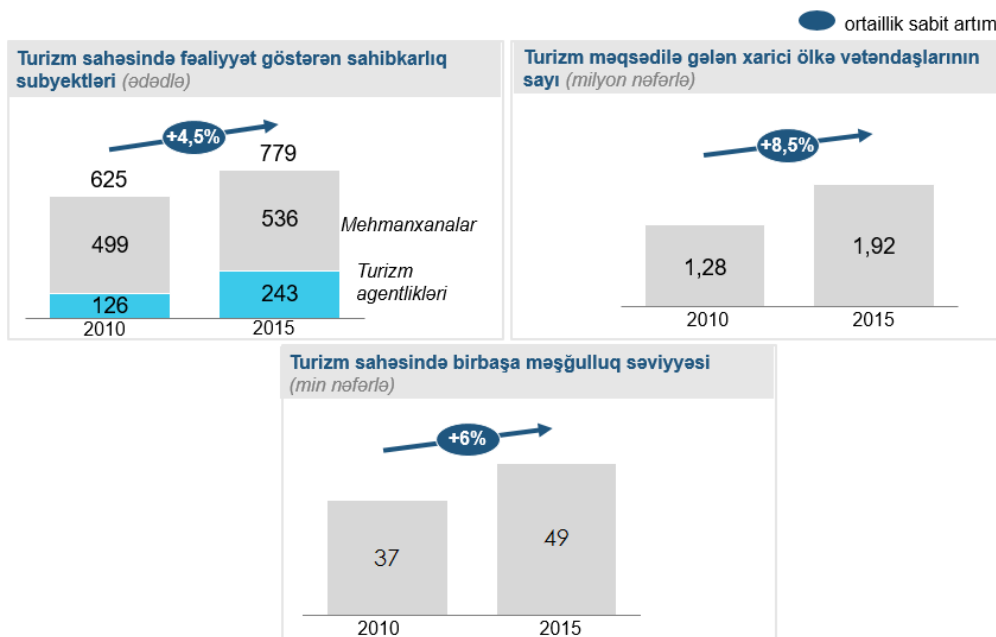
Azərbaycan Respublikasında turizm sektorunun daha da inkişaf etdirilməsi və turizm fəaliyyəti üçün əlverişli şəraitin yaradılması zərurətini nəzərə alaraq, turizm ehtiyatlarından daha səmərəli istifadə olunmaqla zəngin coğrafi landşafta malik ölkəmizin təbiət abidələrinin, eləcə də xalqımızın qədim mədəni-tarixi irsinin geniş miqyasda tanıtılmasını təmin etmək məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2011-ci il 15 fevral tarixli 1320 nömrəli Sərəncamı ilə Azərbaycan Respublikasında 2011-ci il "Turizm ili" elan edilmişdir.

Ölkədə turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi və beynəlxalq standartlara cavab verən turizm xidmətlərinin formalaşdırılması bu sahənin qanunvericilik bazasının və dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsini, mövcud turizm potensialından istifadə imkanlarının genişləndirilməsini, regionlarda turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılmasını, yeni turizm marşrutlarının yaradılmasını, habelə rəqəbatdə davamlı qiymət təklifinin təmin edilməsini zəruri edir. Bu məqsədlə "Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 1 sentyabr tarixli 2295 nömrəli Sərəncamında müvafiq dövlət qurumlarına bir sıra tapşırıqlar verilmişdir.

Azərbaycan iqtisadiyyatında turizmin rolu

Azərbaycan, Şərqlə Qərbin qovuşmasında yerləşən müasir infraqurum və qədim zəngin tarixi abidələri olan paytaxt Bakı şəhərindən başlamaqla, ecazkar təbiətə və milli parklara malik regionları ilə məşhurdur. Ancaq təsadüfi deyildir ki, Bakı şəhəri Azərbaycanın global turizm sektorundakı payının böyük bir hissəsinə sahibdir. Turizm üzrə məşhur internet portallarının məlumatına görə, ölkəyə gələn xarici turistlərin üstünlük verdikləri turizm mərkəzlərinin 75 faizi-^[81] Bakıda yerləşir. Digər hissə isə gələcəkdə artımdan xəbər verən regional turizmin payına düşür.

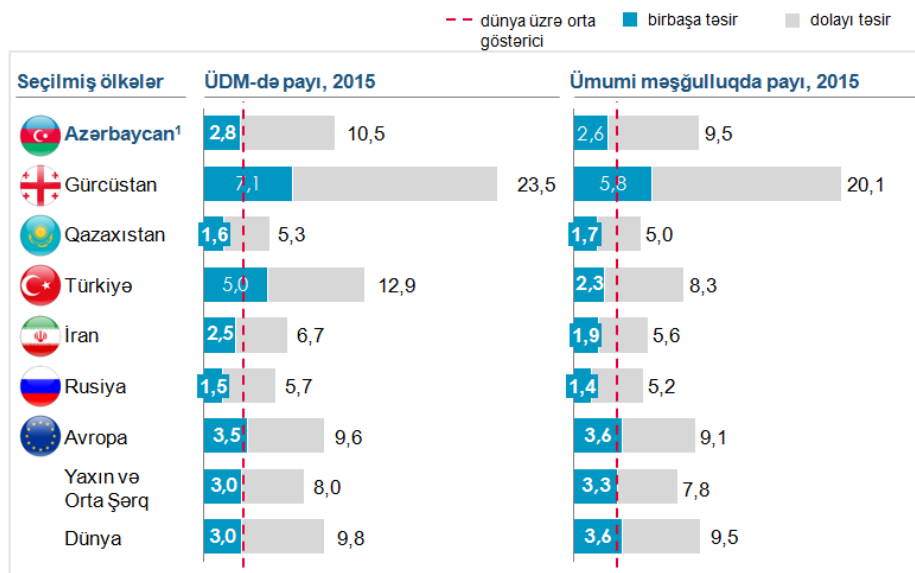
Şəkil 3. Turizm sektoruna dair ölkə üzrə əsas göstəricilər



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

Son təhlillərin nəticəsi göstərir ki, Azərbaycanın turizm sektoru bütövlükdə yüksəliş dövrünü yaşayır. 2010–2015-ci illər ərzində Azərbaycanda turizm müəssisələrinin sayında ortalama ildə 4,5 faiz, turizm sahəsində məşğulluq səviyyəsində ildə 6 faiz, turizm məqsədilə gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayında isə 8,5 faiz artım müşahidə edilmişdir (şəkil 3)–^[82]. Dünya Səyahət və Turizm Şurasının məlumatlarına əsasən, Azərbaycanda turizm sektoru birbaşa ÜDM-in 2,8 faizini, məşğulluğun isə 2,6 faizini təşkil edir ki, bu da dünyada orta hesabla 3 faiz birbaşa ÜDM və 3,6 faiz birbaşa məşğulluq göstəricilərindən cüzi fərqlənir. Bu isə gələcək inkişaf potensialından xəbər verir (şəkil 4).

Şəkil 4. Ölkə və regionlar üzrə turizm sektorunun ÜDM və məşğulluqda payı (faizlə)



Mənbə: Dünya Səyahət və Turizm Şurası

Qeyd olunanları nəzərə alaraq, turizm üzrə uğurlu layihələrin həyata keçirilməsi istiqamətində müvafiq infrastrukturun yaradılması, regionlarda yerli əhalinin gəlirlərinin artırılması ilə bağlı maarifləndirmə işlərinin aparılması, müxtəlif çeşidli turizm marşrutlarının hazırlanması və beynəlxalq əməkdaşlığın genişləndirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Azərbaycanın müxtəlif turizm növləri üzrə potensialı

Dünya təcrübəsində yüksək gəlir əldə etmək potensialına malik olan turizm məhsulları və xidmətləri daim diqqət və istehlakçı istəklərinə uyğunlaşma tələb edir. Azərbaycan Respublikasında turizm məhsulunun inkişafı üçün özəl təşəbbüslərin dəstəklənməsi, yerli və regional səviyyədə əlverişli koordinasiyanın qurulması, bütün diqqətin istehlakçının tələbinə yönəldilməsi, məhsulun inkişafında regional və tematik hədəfin gücləndirilməsi, həmçinin maraqlı və cəlbedici məhsulların bir-biri ilə əlaqələndirilməsi vacib məqamlardandır. Ümumiyyətlə, Azərbaycanın bir çox turizm növləri üzrə potensialı vardır və həmin potensialın reallaşdırılması üçün dövlətin, eləcə də özəl sektorun davamlı dəstəyi vacib faktorlardandır.

Mədəni turizm

Mədəni turizm regionların mədəni irsini, əhalisinin həyat tərzini, tarixini, incəsənətini, memarlığını, dinini və s. əhatə edən turizm növü kimi müəyyən olunur. Mədəni turizm şəhərlərdə, həmçinin kənd yerlərində tarixi məkanlara, mədəniyyət obyektləri olan qoruqlara, abidələrə, muzeylərə, teatrlara, köhnə və yeni memarlıq nümunələrini, eləcə də yerli əhalinin həyat tərzini və milli dəyərlərini əks etdirən festivallara və bayramlara ziyarəti nəzərdə tutan turizm növüdür. Məlum olduğu kimi, mədəni turizm məqsədilə ölkəyə gələn şəxslər adi turistlərlə müqayisədə öz pullarının çox hissəsini xidmətlərə xərcləyirlər. Turizmin bu növü bütün dünyada artıq kifayət qədər məşhurlaşmışdır. Ölkənin mədəni turizm potensialına Bakıda incəsənət qalereyaları, milli musiqi növü – muğam, yaxşı inkişaf etmiş dünya caz musiqisi, milli və xarici rəqslər, ləziz dada malik zəngin mətbəx, bütün fərqli dini və dünyəvi görüşlərə tolerant yanaşma nümunə kimi göstərilə bilər.

Tarixi marşrutlar da (məsələn, Böyük İpək Yolu, məşhur hərbi yürüşlər, tarixi döyüş yerləri və s.) mədəni turizmin bir hissəsi olmaqla müxtəlif əraziləri əhatə edir. Turistlərin zövqünə uyğun əlavə xüsusiyyətlərin nəzərə alındığı tarixi və mədəni xarakterli turizm marşrutları dünyada daha yaxşı qəbul olunur və bu səbəbdən Azərbaycan Respublikası üçün də potensial turizm məhsulu kimi qəbul edilə bilər.

Sağlamlıq turizmi

Azərbaycanda həm ənənəvi, həm də müasir müalicə imkanları mövcuddur. Ölkədə isti və mineral bulaqların sayı minlərlədir və bunlardan İstisu, Turşsu, Badamlı, Qalaaltı, Şıxburnu, Suraxanı suları ən tanınmış müalicəvi su mənbələrindəndir. Eləcə də Azərbaycanın ən mühüm kurort resurslarından biri Naftalan neftidir. Naftalan neftindən yel xəstəliyinin, damarlarda və hərəkət orqanlarında olan xəstəliklərin, həmçinin maddələr mübadiləsinin pozulması, dəri və ginekoloji xəstəliklərin müalicəsi zamanı istifadə olunur. Eyni zamanda Naxçıvan Muxtar Respublikası nadir duz dağı ilə çox məşhurdur.

Dağ və qış turizmi

Dağ və qış turizm növləri Azərbaycanda perspektivli sahələrdəndir. Belə ki, Azərbaycan Respublikasının dağlıq ərazilərində turizmdən istifadə imkanları mövcuddur. Bu ərazilər əsasən təbiəti sevən, quşları və vəhşi heyvanları müşahidə etməyi, fiziki gərginliyi və həyəcanlı idman növlərini xoşlayan şəxslərin daxil olduğu xüsusi turist qruplarını cəlb edir. Ölkə ərazisində dağ və qış turizminin inkişafı istiqamətində atılmış məqsədyönlü addımlar nəticəsində dağların yamacları turizm məkanı kimi inkişaf etdirilmişdir. Belə ki, bu gün “Şahdağ” Turizm Mərkəzi QSC və “Tufandağ” Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi kimi istirahət zonaları məşhur istirahət mərkəzlərinə çevrilmişdir.

İdman turizmi

Ümumiyyətlə qeyd etmək lazımdır ki, idman Azərbaycanda ən sürətlə inkişaf edən sahələrdəndir. Son illərdə idman infrastrukturunun inkişafına böyük həcmli maliyyə vəsaiti qoyulmuşdur. Belə ki, Bakı, Masallı, Şəki, Quba, Qazax, Gəncə, Naxçıvan, Bərdə, Lənkəran, Zaqatala, Şamaxı, Ağdam, Biləsuvar, Oğuz, Şəmkir, Kürdəmir, Sabirabad və digər şəhər və rayonlarda olimpiya kompleks və mərkəzlərinin istifadəyə verilməsi, həmçinin müxtəlif sahələr üzrə idman meydançalarının və təsisatlarının yaradılması ölkədə müvafiq idman növləri üzrə nüfuzlu idman yarışlarının (Avropa və dünya çempionatlarının) təşkilinə imkan verir. Buna misal olaraq, güləş, gimnastika, boks, voleybol və s. üzrə beynəlxalq yarışları qeyd etmək olar.

İşgüzar turizm

İşgüzar turizm ölkəmizdə ən geniş yayılmış turizm növlərindən biridir. Hazırda bu turizm növünün inkişafı məqsədilə daha çox ölkə ərazisində mövcud mehmanxanaların imkanlarından istifadə edilir. Lakin ölkənin müxtəlif şəhərlərində yerləşən konqres və mədəniyyət mərkəzləri bu cür tədbirlərin təşkili məqsədilə geniş istifadə edilə bilər.

Çimərlik turizmi

Azərbaycan Respublikasının Abşeron yarımadasından başlamaqla şimal (Xızı, Siyəzən, Şabran, Xaçmaz rayonları) və cənub zonası (Lənkəran, Astara rayonları) çimərlik turizmi potensialına malikdir və bu turizm sektorunun inkişafına nail olmaq üçün gələcəkdə çimərlik ərazilərində xidmət infrastrukturları (su hövzələri, hovuzlar və s.) müvafiq standartlara uyğunlaşdırılmalı və əlavə xidmətlərin təklifi artırılmalıdır (məsələn, əyləncə mərkəzləri, attraksionlar). Bunlarla yanaşı, ölkəmizdə bu turizm növü üzrə ən ciddi çatışmazlıq turizm mövsümünün qısa olmasıdır.

Ekoloji turizm

Azərbaycan zəngin flora və faunası ilə böyük ekoturizm potensialına malikdir. 11 iqlim tipindən 9-unun (yarımsəhra və quru çöl iqlimindən dağ tundra iqliminə kimi) müşahidə olunduğu Azərbaycan ərazisi 4100-dən çox müxtəlif bitki çeşidinin vətənidir. Azərbaycanda bitkilərin müxtəlifliyi təbiət tarixinin dərin izlərini daşıyır. Bu, eyni zamanda bir neçə floristik bölgələrin cəmləşməsi və hazırkı təbii şəraitin fərqliliyi ilə bağlıdır. Eyni zamanda Azərbaycan ərazisinin 10 faizi əsasən palıd, vələs, fıstıq, ağcaqayın və göyrüş ağaclarından ibarət dağ meşələri ilə örtülüdür. Bu imkanlardan istifadə edərək açıq təbiətə (dağlara, çaylara, meşələrə) turist gəzintiləri və ekskursiyalar təşkil oluna bilər.

Ov turizmi

Azərbaycanda müvafiq lisenziyası olan ovçulara bir çox meşə heyvanlarını və çöl quşlarını ovlamaq imkanı verilir. Ölkədə su-bataqlıq quşlarının daimi qışladığı yerlərə Ağcabədi, Astara, Cəlilabad (Qırmızı kənd ovçuluq təsərrüfatı istisna olmaqla), Beyləqan, İmişli (Sarısu və Bozqobu ovçuluq təsərrüfatları istisna olmaqla), Lənkəran (Havzava ovçuluq təsərrüfatı istisna olmaqla), Masallı, Biləsuvar (Mahmudçala və Zavvar ovçuluq təsərrüfatları istisna olmaqla), Ceyranbatan gölü və Abşeron yarımadasının başqa su anbarları, həmçinin Mingəçevir su anbarını aid etmək olar. Dağkeçisi və digər meşə heyvanları isə xüsusi icazə əsasında Quba, İsmayilli və Şəki rayonu ərazilərindəki ovçuluq təsərrüfatlarında ovlanı bilər.

Azərbaycan üçün əsas turizm bazarı imkanları

Azərbaycan dünyanın, demək olar ki, hər bir ölkəsindən turistlər qəbul edir. Ölkənin turizm prioritetləri mövcud olan imkanlardan maksimum istifadə etməklə beş əsas mənbədən formalaşır:

- Azərbaycan (yerli turistlərin tələbatı);
- Türkiyə, İran, Gürcüstan və Rusiya da daxil olmaqla qonşu ölkələr;
- Səudiyyə Ərəbistanı, Bəhreyn, Küveyt, İraq, Oman, Qətər və Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri də daxil olmaqla Fars körfəzi regionu ölkələri;
- Qazaxıstan, Ukrayna və Özbəkistan da daxil olmaqla Müstəqil Dövlətlər Birliyinə üzv ölkələr (MDB);
- Kanada, Çin, Avropa İttifaqı, Hindistan, Yaponiya, Cənubi Koreya və Amerika Birləşmiş Ştatları da daxil olmaqla kütləvi turizm ölkələri.

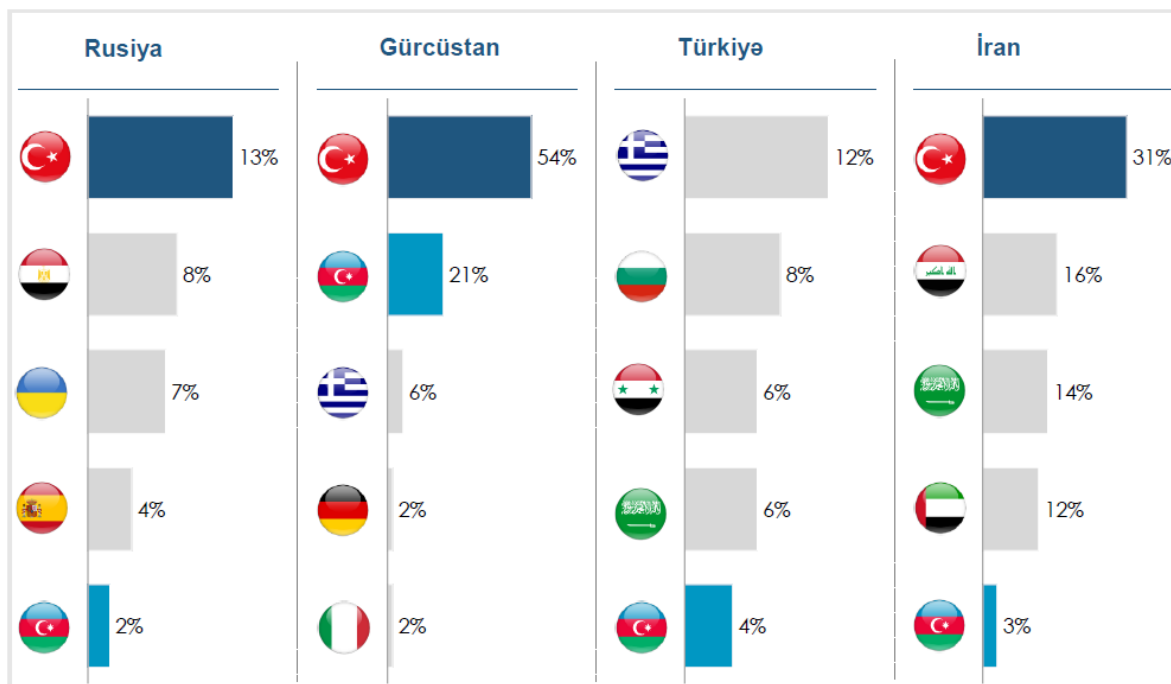
Azərbaycan

Azərbaycanda yerli turizm geniş yayılsa da, artım üçün ciddi imkanlar mövcuddur. Belə ki, 2015-ci ildə turizm məqsədilə ölkə daxilində 1,5–2 milyon Azərbaycan vətəndaşının səyahət etməsi ^[83] bu göstəricinin növbəti illərdə də artan tempə davam edəcəyini deməyə əsas verir.

Qonşu ölkələr

Azərbaycanın turizm sektoruna xaricdən tələbat daha çox Gürcüstan, İran, Türkiyə və Rusiya kimi qonşu ölkələrdəndir və bu ölkələrin də hər birindən Azərbaycana 2015-ci ildə 100 min nəfərdən çox turist axını ^[84] olmuşdur. Coğrafi yaxınlıq, ümumi mədəni dəyərlər və Azərbaycan əsilli əhalisinin olması bu ölkələrdən yüksək turist axınına səbəb olan amillərdəndir. Eyni zamanda bu göstərici Azərbaycana qohum ziyarətinə gələn etnik azərbaycanlıları da əhatə edir. Ümumiyyətlə, dörd region ölkəsindən olan turist səfərləri üzrə Azərbaycan, ən əsas turizm mərkəzlərindən biri olmaqla, Gürcüstan və Türkiyənin başlıca rəqiblərindəndir (şəkil 5). Bununla belə, Gürcüstandan Türkiyəyə gedən turistlərin sayı Gürcüstandan Azərbaycana gələn turistlərin sayından üç dəfə, İrandan Türkiyəyə gedən turistlərin sayı isə İrandan Azərbaycana gələn turistlərin sayından 10 dəfə çoxdur.

Şəkil 5. Əsas turizm tələb ölkələrinin turizm mərkəzi kimi Azərbaycana üstünlük verməsi üzrə göstəricilər (2015-ci il)



Mənbə: Euromonitor

2009–2015-ci illər ərzində bəzi qonşu ölkələrdən Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının sayında artım müşahidə edilmişdir. Belə ki, Türkiyədən gələn ziyarətçilərin sayında 8 faiz, Rusiyadan gələn ziyarətçilərin sayında 2 faiz və Gürcüstandan gələn ziyarətçilərin sayında 1 faiz illik sabit artım tempi müşahidə olunmuşdur. ^[85] Bununla belə, həmin illər ərzində İrandan Azərbaycana gələn ziyarətçilərin illik sabit artım tempində 12 faiz azalma əlavə araşdırma mövzusu. Eynilə Türkiyə kimi, Azərbaycan da Gürcüstan, İran və Rusiya kimi ölkələrdən gələn turist sayı üzrə artım tempinin



UNESCO təşkilatının məlumatlarına əsasən, əksər hallarda qısaməsafəli uçuşları üstün tutan turistlər hədəf kimi müəyyənləşdirilir. Bununla belə, uzaq marşrutlar üzrə sağlamlıq səciyyəli təklifləri də irəli sürmək olar. Məsələn, Azərbaycan uzaq məsafədən turistləri cəlb etmək üçün sağlamlıq turizmindən (məsələn, Duzdağdakı duz dağında astma xəstəliyinin müalicəsi) bəhrələnmə bilər.

3.2. Turizm sektorunun GZİT təhlili

Güclü tərəflər	Zəif tərəflər
- Azərbaycan ərazisinin qədim tarixə, zəngin mədəni abidələrə, əlverişli coğrafi mövqeyə, cəlbedici təbiətə, folklorla malik olması və müxtəlif dinlərin qovşağında yerləşməsi; - konfrans zalları, mehmanxanalar və digər müvafiq xidmət infrastrukturlarının olması; - turizmin inkişafına dövlət dəstəyinin olması; - coğrafi məkan baxımından uyğun mövqedə yerləşməsi – Asiya, Avropa və Yaxın Şərq regionuna yaxın olması; - irimiqyaslı beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsində təcrübənin olması; - qeyri-neft sektorunun inkişafında turizm sektorunun dövlət tərəfindən prioritet sektorlardan biri kimi müəyyən edilməsi.	- turizm sahəsində kadr hazırlığının keyfiyyət və kəmiyyət baxımından əmək bazarının tələblərinə tam cavab verməməsi; - ətraf mühitin mühafizəsi üzrə çatışmazlıqların olması; - turizm müəssisələrinin əsasən Bakı şəhərində təmərküzlənməsi; - ölkənin regionlarında turizm informasiya mərkəzlərinin az olması; - regionlara səyahətin əsasən avtomobil yolu ilə mümkünlüyü (dəmir və su yolu infrastrukturunun, eləcə də uçuşların yetərli olmaması); - regionlarda xarici dillərdə sərbəst danışanların sayının nisbətən az olması; - ölkə tanıtımının yetərinə təşkil olunmaması; - ölkəyə gələn xarici vətəndaşlara sərhəd buraxılış məntəqələrində sürətli keçidin tam təmin edilməməsi; - turizm sektoru üzrə təhlillərin aparılması üçün statistik məlumat bazasının kifayət etməməsi; - ölkəyə gələn xarici turistlərin məmnunluq səviyyəsinin ölçülməsi məqsədilə mütəmadi şəkildə monitorinqlərin keçirilməməsi.

İmkanlar	Təhlükələr
- işçi heyətin peşəkarlığının artırılması; - yeni turizm xidmətlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi; - xarici və yerli turistlər üçün səyahət imkanlarının daha da asanlaşdırılması; - ölkənin Naftalan nefti və Naxçıvan Muxtar Respublikasında yerləşən duz dağı kimi dəyərli sərvətlərə sahib olması; - dövlət-özəl tərəfdaşlığı vasitəsilə özəl sektorun turizm sektoruna dəstəyi.	ölkənin geosiyasi mövqeyindən asılı olaraq yarana biləcək xarici təhlükələr.

4. STRATEJİ BAXIŞ

4.1. 2020-ci ilədək strateji baxış

2020-ci ilədək strateji baxış Bakının tamamilə əsas turizm məkanına çevrilməsinə, ölkə üzrə turizm potensialının reallaşdırılmasına, turizm sənayesinin inkişafı məqsədilə əlverişli mühitin və infrastrukturun formalaşdırılmasına, eləcə də turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılmasına nail olmaqdır.

Strateji baxışın şərhı

2020-ci ilədək dövrdə Bakı şəhərinin mövcud mədəni-tarixi abidələrinin və müasir infrastrukturunun daha səmərəli istifadəsi və bununla bağlı aparılacaq təbliğat-təşviqat tədbirlərinin daha məqsədyönlü təşkili məqsədilə şəhərin brendinq və marketinqinin idarə olunması mexanizminin təkmilləşdirilməsi, müxtəlif segmentlərə daxil olan turist maraqlarının qarşılanması məqsədilə viza verilməsi prosedurlarının sadələşdirilməsi, sürətləndirilməsi, eləcə də hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi kimi dəstək tədbirlərinin həyata keçirilməsi ilə ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılması, regional turizmin inkişafı məqsədilə regionlarda müxtəlif turizm növlərinin inkişafı və bunun üçün lazımı şəraitin yaradılması, turistlərin məmnunluğunun artırılması və daha keyfiyyətli turizm sisteminin yaradılması üçün təhsil proqramlarına investisiya qoyulması və turizm sektorunda standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi həyata keçiriləcəkdir.

4.2. 2025-ci ilədək olan dövr üçün uzunmüddətli baxış

2025-ci ilədək olan dövr üçün uzunmüddətli baxış Azərbaycanın həm region ölkələri arasında, həm də digər dünya ölkələri arasında cəlbədiç turizm məkanlarından birinə çevrilməsinə nail olmaqdır.

Uzunmüddətli baxışın şərhı

2025-ci ilə qədər Azərbaycanda brendinq və marketinq tədbirlərinin həyata keçirilməsi, hava və quru yolları əlaqələrinin inkişafı, infrastrukturun yaxşılaşdırılması, turizm mərkəzlərinin və onların fəaliyyətinin, eləcə də sahibkarlıq fəaliyyətinin genişləndirilməsi və turizm sahəsində peşə təhsili istiqamətində bu baxış üzrə əsas nailiyyətlər əldə edilmiş olacaqdır. Bu müddət ərzində turizm sahəsində prioritetlər arasında tarazlı inkişafın təmin olunması əsas məqsəddir. Tarazlı inkişaf yanaşması həm Bakının potensialının reallaşdırılmasına, həm də regionlar üzrə turizm sektoruna investisiya qoyuluşuna (bununla da şəhər, sağlamlıq, qış və ekoloji turizm kimi sahələrdən başqa, dini, kruiz və çimərlik turizmi də daxil olmaqla müxtəlif turizm növlərinin inkişafına) səbəb olacaqdır. Bu investisiyalar 2020-ci ilədək bu Strateji Yol Xəritəsində müəyyən edilmiş prioritetlərin həyata keçirilməsini, o cümlədən təsirləri 2025-ci ilədək uzunmüddətli dövrü əhatə edəcək təşəbbüslərin icrasını da ehtiva edəcəkdir.

Bu, Azərbaycanda beynəlxalq turizmi genişləndirməyə və ümumi daxili məhsulda turizm gəlirlərinin payını artırmağa şərait yaradacaqdır. Bu istiqamətdə məqsədlərə nail olmaq üçün prioritet olaraq müəyyən edilmiş regionlarda brendinq və marketinq tədbirlərini həyata keçirmək məqsədilə Azərbaycan Turizm Bürosunun nəzdində şəhər büroları təsis ediləcəkdir. Bürolar daha çox yerli və xarici turistlərin cəlb edilməsinə və onların Azərbaycana olan səfərlərinin tezliyinin artırılmasına kömək edəcəkdir.

Bu bürolar turistlər və səyahətlər haqqında məlumat bazasının yaradılmasını və idarə edilməsini də təmin edəcəkdir. 2025-ci ildən sonra bürolar Azərbaycana səfər edən turistlər ilə bağlı ümumi məsələlərin təhlil edilməsinə və brendinq tədbirlərinin məqsədəmüvafiq qaydada təşkilinə kömək edəcəkdir. 2020-ci ilədək müəyyən edilmiş prioritetlərdə nəzərdə tutulmuş qaydada Bakı üzrə həyata keçiriləcək məlumatlara əsaslanan ("data-driven") marketinq fəaliyyətləri pilot xarakteri daşıyacaq və 2025-ci ilə qədər müddətdə daha da gücləndiriləcəkdir. Ümumi tələb xüsusiyyətlərini və turist segmentlərini müəyyən etmək məqsədilə Azərbaycan Turizm Bürosu hədəf ölkə qruplarında potensial turistlərlə və Azərbaycana səfər edən digər turistlərlə əlaqədar tədqiqatlar aparacaqdır. Artan turist maraqlarının təhlili həyata keçirilməklə, 2025-ci ilə qədər qarşıya qoyulan məqsədlərə nail olmaq məqsədilə yeni bazar iştirakçıları və turistlər üçün ən yaxşı turizm məkanlarından birinə çevrilməsi istiqamətində Bakının mövqeyi daha da yaxşılaşdırılacaqdır.

Daha çox birbaşa xarici investisiya cəlb etmək məqsədilə Azərbaycanda sadələşdirilmiş hüquqi və inzibati proseslər, həmçinin müvafiq tənzimləyici dəyişikliklər nəticəsində əlverişli mühit yaranacaqdır. Turizm assosiasiyaları ilə əməkdaşlıq çərçivəsində sahibkarlıq fəaliyyətinin həyata keçirilməsi prosesi nəzərdən keçiriləcək və gələcək perspektivdə görülməli bütün maneələrin aradan qaldırılmasına say göstəriləcəkdir.

Mədəni ornamentlərin və unikal əşyaların istehsalı və satışı həyata keçirilməklə, bu turizm məkanlarının daha yaxşı təbliğinə nail olunacaqdır. Əvvəlcə qonşu ölkələrdən başlamaqla, Naftalan neftindən istehsal edilmiş kosmetik vasitələrin Azərbaycandakı sağlamlıq mərkəzlərinə gələn turistlərə xatirə rəmzi kimi satışı və digər ölkələrə ixracı təmin olunacaqdır. Bununla yanaşı, Azərbaycanın xalça, çay və misgərlik məhsulları kimi digər nadir mədəni məhsulları da bu hədəf ölkələrə ixrac olunacaqdır. Bu, Azərbaycanın iqtisadiyyatı üçün əlavə gəlir mənbəyi olmaqla bərabər, bütövlükdə Azərbaycan məhsullarının ölkədən kənarda tanınmasına da şərait yaradacaq və Azərbaycan turizminin nüfuzunu artıracaqdır.

2025-ci ilə qədər Azərbaycanın yerləşdiyi region daxilində ən hərəkətli hava limanlarından birinə malik olması məqsədi qarşıya qoyulacaqdır və bu çərçivədə prioritet kimi Avropanın iri şəhərlərini əhatə edən birbaşa uçuşların sayının 49-dan 100-ə çatdırılması hədəflənəcəkdir. Hədəf bazarlardan daha çox turistin cəlb edilməsi məqsədilə qış və yay turizm mövsümü ərzində çarter reyslərinin də sayının artırılması əsas götürüləcəkdir. Əsas diqqət aşağı büdcəli uçuşlar vasitəsilə sənişin daşımalarına yönəldilməklə, hava limanlarına da investisiya qoyuluşları təmin ediləcəkdir.

2025-ci ilə qədər Azərbaycanda mükəmməl turizm təcrübəsinə nail olmaq üçün qarşıya qoyulan uzunmüddətli təşəbbüslər istiqamətində regionlarda və Bakıda təkmilləşdirilmiş turizm infrastrukturunun qurulmasına nail olunacaqdır. Mövcud olan aşağı büdcəli yerləşdirmə vasitələrinin (məsələn, böyük mehmanxana şəbəkələrinin aşağı büdcəli brendlərinin, hostellərin) şaxələndirilməsi təmin ediləcək və bununla da mövcud obyektlərə tələbin artması ilə yanaşı, paralel olaraq yeni turizm obyektlərinin yaradılmasına şərait yaranacaqdır.

Turizm sektoru infrastruktur baxımından inkişaf etdikcə, yerli xidmətlərə daha çox diqqət yönəldiləcəkdir. Bəzi yerli kommersiya şirkətləri əsas biznes fəaliyyətindən əlavə, rekreasiya və əyləncə obyektləri kimi geniş turizm xidmətləri təklif edən turizm konqlomeratları kimi də formalaşacaqdır. Sektorda yerli iştirakın güclənməsi regional turizmin artımına ciddi təsir etməklə bərabər, həm də Azərbaycanda xidmətlərin keyfiyyətinə və rəqabətqabiliyyətliliyinə töhfə verəcəkdir. Bu da öz növbəsində ölkənin turizm agentliklərinin dünya standartları səviyyəsinə çatmasına, ölkədən kənarda, xüsusilə Qafqaz, Orta Şərq və Şərqi Avropa regionlarında tanınmasına səbəb olacaqdır.

2025-ci ilə qədər Azərbaycan artıq sağlamlıq, qış, mədəni və ekoturizm kimi bir çox ixtisaslaşmış turizm növləri üzrə kifayət qədər tanınmış olacaqdır. Bundan başqa, milli parkların, görməli və dini yerlərin dünya miqyasında tanınmasına, eləcə də Azərbaycanın xarici və yerli turistlər arasında tanınmış turizm mərkəzinə çevrilməsinə səy göstəriləcəkdir. Şimaldan qərbə doğru uzanan "Böyük İpək Yolu" və digər mədəni marşrutlar Azərbaycanın mədəni irsini əks etdirən tarixi kəndləri də əhatə etməklə məşhur ekoturizm mərkəzi olacaqdır.

Azərbaycan 2025-ci ilədək müxtəlif turizm tədbirlərinə ev sahibliyi edəcək, özünün yüksəkkeyfiyyətli qış idman kompleksləri, xüsusi sağlamlıq turizmi imkanları, unikal təbii gözəllikləri, parkları, dini və kənd turizmi sahəsində mədəni irsinə görə tanınacaqdır. Bir çox fərqli və etnik mədəniyyət komponentlərinin qorunub saxlanıldığı Azərbaycan kəndləri müasir dünyanın təsirindən kənarda qalmış ənənəvi irsi görməyə maraqlı olan turistlər üçün əsas cəlbədiici məkan olacaqdır. Bununla yanaşı, Azərbaycanda potensial turizm bazasından istifadə etmək üçün dini məkanlar da təşviq ediləcəkdir.

4.3. 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün hədəf baxış

2025-ci ildən sonrakı dövr üçün hədəf baxış Azərbaycanı dünyada turistlərin ən çox üstünlük verdiyi 20 turizm məkanından birinə çevirmək və mövcud turizm ehtiyatlarından səmərəli istifadə göstəricilərinin maksimallaşdırılmasına nail olmaqdır.

Hədəf baxışın şərh

Azərbaycanın məqsədyönlü brendinq tədbirlərinin həyata keçirilməsi, əlaqələrinin artırılması, infrastrukturunun yaxşılaşdırılması ilə bərabər, cəlbədiici turizm məkanlarının müxtəlifliyinin və xidmət keyfiyyətinin artırılması ölkəni beynəlxalq turizm məqsədləri üçün cəlbədiici turizm mərkəzinə çevirmək niyyətinin reallaşdırılmasına şərait yaradacaqdır. Bu yolla Azərbaycana dünyanın hər yerindən potensial turistlərin cəlb olunması təmin ediləcək və onlar üçün yaddaşlardan silinməyən unikal səyahət imkanları yaradılacaqdır.

Xüsusilə, 2025-ci ildən sonrakı dövr üçün perspektivin tərkib hissəsini, Azərbaycanın dünya turizm sektorunda ən çox üstünlük verilən 20 turizm məkanından biri olmaq niyyəti təşkil edir. Bu məqsədlə əsas tələbatın olduğu şəhər və ölkələrdə, eləcə də məşhur onlayn platformalarda yüksək hədəfli və yaxşı tənzimlənən marketing tədbirlərinə başlanacaqdır. Bu cür tədbirlər fərqli mövzulara həsr olunacaq və kifayət qədər məlumat tutumlu olacaqdır.

Bunlarla yanaşı, Avropa və Asiyanın qovuşma nöqtəsində yerləşən Azərbaycanın coğrafi potensialı onun dünyanın ən çox əlaqələrə malik ölkələrdən birinə çevrilməsinə şərait yarada bilər. Uzunmüddətli perspektivdə Azərbaycanın səyahətçilər üçün regional qovşağa ("hub") çevrilməsi məqsədilə logistik infrastrukturun bu üstünlüyündən istifadə ediləcəkdir. Belə ki, liberallaşdırılmış və rəqabətli aviasiya sektoru sayəsində 8 milyondan artıq sənişini qəbul edə və yola sala biləcək təbii uçuş zonasına çevirmək hədəfi müəyyən edilmişdir. Bu, Heydər Əliyev adına Beynəlxalq Hava Limanı vasitəsilə sənişin nəqliyyatının hazırkı səviyyəsini təxminən dörd qat artırmaqla Bakını həm işgüzar, həm də istirahət məqsədilə gələn turistlər üçün tranzit dayanacaq məntəqəsinə çevirəcəkdir. Azərbaycandan keçməklə səyahət edən sənişinlərin sayındakı bu artım ölkəyə gələn turistlərin sayında da təbii artım effekti yaradacaqdır. Bu tendensiya həm də yerli biznesin global şirkətlərə daha çox açıqlığını təmin etdiyi üçün Azərbaycanın gələcəkdə digər sektorlar üzrə də şəbəkəyə çevrilməsini dəstəkləyəcəkdir (məsələn, sağlamlıq və təhsil).

Hava nəqliyyatı əlaqəsindən başqa, Azərbaycan uzunmüddətli perspektivdə ölkədə yüksək sürətli qatar və avtomobil yolu şəbəkəsinin də inkişaf etdirilməsinə başlanacaqdır. Xarici turistləri cəlb etmək məqsədilə qonşu ölkələrlə, məsələn, İranla dəmir yolu əlaqəsi gücləndiriləcək, turistlərin ölkə daxilində şəhərdaxili və şəhərlərarası rahat hərəkətinin təmin edilməsi üçün dəmir yolu və avtomobil yolu şəbəkəsi, eləcə də metro sistemi yaxşılaşdırılacaqdır. Beləliklə, ölkəyə gələn turistlərin yalnız öz ilkin təyinat məntəqəsində qalması deyil, fərqli şəhərlər və ya xüsusi nəzərdə tutulmuş səyahət marşrutları ilə hərəkəti təmin ediləcəkdir.

Ölkəyə gələn əlavə turist axınına nəzərə alaraq, fərqli turist segmentlərindən olan tələbatı qarşılamaq məqsədilə Azərbaycanın yaşayış və xidmət infrastrukturunu da gücləndiriləcəkdir. Bunun tərkib hissəsi kimi, Azərbaycan aşağı büdcəli hostellərdən, yataq və səhər yeməyi təklif edən yerləşdirmə vasitələrindən tutmuş lüks mehmanxana və istirahət komplekslərinədək geniş çeşiddə yerləşdirmə imkanlarına malik olacaqdır. Azərbaycanda turistlərə aşağı büdcəli yerləşdirmə vasitələri təklif etmək məqsədilə *Dövlət Turizm Agentliyinin* təhlilləri və araşdırmaları ilə formalaşan turizm davranış xəritəsi əsasında mehmanxanaların yerləşdirilməsi təmin ediləcəkdir. ^[115]

Xəzər dənizi də ölkənin turizm sektoruna təkan vermək potensialına malikdir. Bu istiqamətdə turistlər üçün cəlbədiçiliyi artırmaq məqsədilə çimərliklərə beynəlxalq təcrübədə olduğu kimi mavi bayraq nişanının verilməsi üzrə səylər genişləndirilərək, Xəzər dənizinin region daxilində ən çox üstünlük verilən yay turizm məkanına çevrilməsi ilə bağlı tədbirlər görülməkdir. Buraya Xəzər dənizinin təmizlənməsi və yaxınlıqdakı obyektlər üçün

tənzimlənən tullantı emalı qurğularının yaradılması daxildir. Bundan əlavə, həm də qonşu ölkələrə gedən turistlər üçün müvəqqəti dayanacaq məkanı kimi bir günlük və ya daha uzunmüddətli səfərlərlə Xəzər dənizində kruiz turlarının təşkilində Bakının mühüm rol oynaması qarşıya məqsəd kimi qoyulacaqdır.

Təbii gözəlliklər üçün ənənəvi turizm konsepsiyası, mədəni irs və yay istirahət guşələrindən əlavə, Azərbaycanın istirahət və idman turizmi sahəsində də tanınması üçün əməli addımlar atılacaqdır. Belə ki, genişmiqyaslı tədbirlərin keçirilməsi nəticəsində təşkilatlanma imkanlarının artırılması daha çox musiqi festivallarına, beynəlxalq mədəniyyət tədbirlərinə və idman yarışlarına ev sahibliyi etməyə imkan yaradacaqdır. Bu tədbirlərə gələn turistlərin yüksəkkeyfiyyətli əyləncə məkanlarına cəlb olunmasını təmin etmək məqsədilə ticarət mərkəzləri, restoranlar, əyləncə parkları və mərkəzləri kimi müxtəlif endirimli alternativlər təklif ediləcəkdir.

5. HƏDƏF İNDİKATORLARI

Turizm sektoru üzrə müəyyən edilmiş on altı prioritetin həyata keçirilməsi nəticəsində:

- Azərbaycanın real ÜDM-i 2020-ci ildə 465 milyon manat artacaq;
- Bakı və digər bölgələrdə prioritetlər həyata keçirilməklə, cəmi 35 min, bilavasitə turizm sektorunda isə 25 min iş yeri yaradılacaqdır.

Bu təsirə nail olmaq üçün 2020-ci ilədək altı aralıq hədəf indikatorları müəyyən edilmişdir:

- Bakıda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə xarici ölkə vətəndaşları üzrə gecələmələrin sayının 2015-ci il üzrə təxminən 0,8 milyon gecədən 2020-ci il üzrə ən azı 3,65 milyon gecəyədək artırılması;
- hər turistin orta qalma müddətinin 2 gündən 3 günədək artırılması;
- Bakıda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş xarici ölkə vətəndaşlarının sayının 2015-ci ildə 0,5 milyon nəfərdən 2020-ci ildə 0,9 milyon nəfərədək, yerləşdirilməyən xarici vətəndaşların sayının isə 2015-ci ildə 0,8 milyon nəfərdən 2020-ci ildə 1,5 milyon nəfərədək artırılması;
- tədrisən aşağı büdcəli gəlmə turizm göstəricisinin 265 minə çatdırılması;
- sağlamlıq obyektlərindən istifadə göstəricisinin hazırkı 40 faiz ilə müqayisədə 65 faizədək artırılması (Naftalandakı sağlamlıq obyektlərinin istifadəsi nəzərdə tutulur);
- “Böyük İpək Yolu” və digər mədəni turizm marşrutları üzərində yerləşən məntəqələrə 180 mindən artıq turistin cəlb olunması.

6. STRATEJİ MƏQSƏDLƏR

- Bakı şəhərinin turizm potensialından tam istifadə üzrə səmərəli idarəetmə sisteminin yaradılması, marketing və brendinq səylərinin gücləndirilməsi, turizm məkanları barədə məlumatlılığın artırılması və turizm infrastrukturunun təkmilləşdirilməsi yolu ilə uzunmüddətli dövrdə Bakı şəhərinə getdikcə daha çox xarici turistlərin cəlb edilməsinə nail olmaq;
- ölkə üzrə əlverişli mühitin yaradılması üçün ölkəyə giriş-çıxışın sadələşdirilməsi, əlaqə vasitələrinin təkmilləşdirilməsi, turizm sektorunun ayrı-ayrı iştirakçıları arasında koordinasiya fəaliyyətinin qurulması və turizm və rekreasiya zonalarının yaradılması kimi dəstəkverici mexanizmlərin tətbiqi ilə uzunmüddətli inkişafa nail olmaq;
- sağlamlıq, qış, mədəni, işgüzar, ekoturizm və kənd turizmi kimi turizm növlərini əsas götürərək, regional turizmi daha da inkişaf etdirməklə, Azərbaycanın turizm sektoru üzrə təkliflərini diversifikasiya etmək və uzunmüddətli dövrdə ölkəyə daha çox turistin cəlb edilməsinə nail olmaq;
- turizm sektorunda göstərilən xidmətlərin keyfiyyət və kəmiyyət göstəriciləri baxımından təkmilləşdirilməsi məqsədilə turizm keyfiyyət sisteminin yaradılması ilə turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılmasına nail olmaq.

7. STRATEJİ HƏDƏFLƏR ^[116]

7.1. Strateji hədəf 1. Xarici turistləri daha çox cəlb etməklə Bakı şəhərinin turizm potensialının tam gerçəkləşdirilməsi

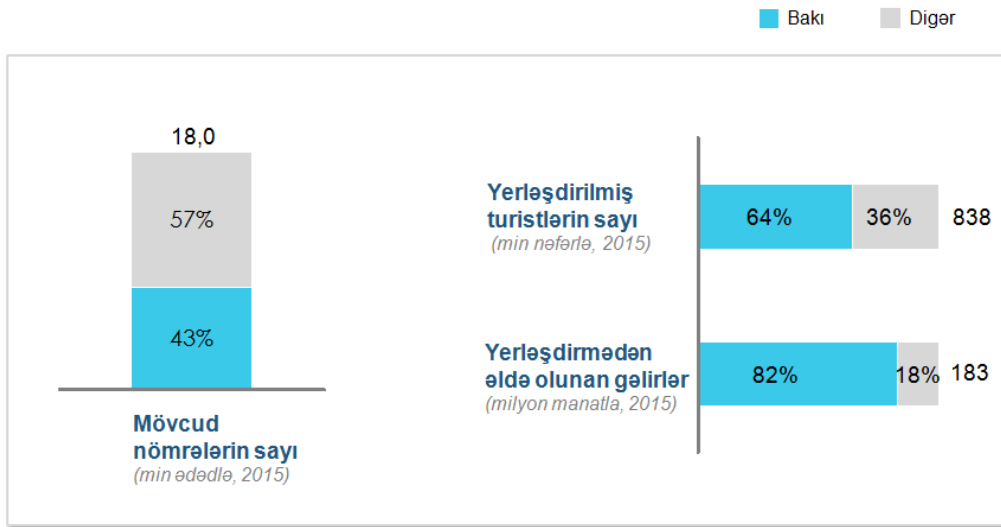
Həm işgüzar məqsədlərlə, həm də istirahət məqsədilə gələn turistlər arasında beynəlxalq tanınmanın növbəti səviyyəsinə çatmaq və Bakı şəhərinin turizm potensialını artırmaq üçün *Azərbaycan Turizm* Bürosu yaradılacaqdır. *Azərbaycan Turizm* Bürosu Bakı şəhəri barədə mövcud məlumatları yeniləmək üçün Azərbaycan Respublikasının *Dövlət Turizm Agentliyi* ilə, müvafiq dövlət qurumları və digər təşkilatlarla birgə işləyəcək, mühüm hədəf bazarlarda təşviqat tədbirlərini həyata keçirəcək, eyni zamanda sahibkarlara həm aşağı büdcəli yerləşdirmə vasitələri üzrə seçimlərin çeşidinin genişləndirilməsinə, həm də şəhərin mərkəzində turizm mərkəzlərinin yaradılmasına dəstək verəcəkdir. Bu cür əlaqələndirilmiş və məqsədyönlü səylər nəticəsində Bakı şəhəri qısamüddətli uçuş məsafəsində yerləşən və 90 milyondan artıq əhəlinin yaşadığı 26 şəhəri əhatə edən potensial turizm tələbat qrupundan əhəmiyyətli dərəcədə bazar payı əldə edə biləcəkdir. ^[117]

7.1.1. Prioritet 1.1. Azərbaycan Turizm Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması

Əsaslandırma

Bakı şəhərinin turizm potensialı Azərbaycanın turizm sektorunun əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir. Belə ki, 2015-ci il üzrə statistik göstəricilərə əsasən, ölkənin mövcud mehmanxana otaqlarının 43 faizi, yerləşdirilmiş turistlərin 64 faizi və bundan əldə edilən gəlirlərin 82 faizi Bakı şəhərinin payına düşür (şəkil 8).

Şəkil 8. Bakı şəhərinin Azərbaycanın turizm sektorundakı roluna dair bir sıra statistik göstəricilər



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

Bununla belə, bu sektorda dəyər zənciri üzrə fəaliyyətlər qeyri-müəyyəndir. Belə ki, fərqli marşrutlar, müxtəlif təşkilatlar, nəqliyyat şirkətləri, yerləşdirmə vasitələri və vasitəçi qurumlar (tur operatorları, restoranlar, alış-veriş mərkəzləri və s.) koordinasiyasız fəaliyyət göstərir. Bu qurumlar arasında əlaqələndirmənin istənilən səviyyədə təmin edilməsi və Bakı şəhərinin turizm brendinin formalaşdırılması məqsədilə əlavə tədbirlərin görülməsinə ehtiyac vardır.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 1.1.1: Azərbaycan Turizm Bürosunun yaradılması

Bakı şəhərinin beynəlxalq imicinin formalaşdırılması, şəhər brendinin istifadəsi üzrə uzunmüddətli fəaliyyət planının hazırlanması, brenddən istifadə üzrə nəzarət tədbirlərinin görülməsi və fərqli səviyyələrdə təkrar brendinq seçimi və marketinq işlərinin əlaqələndirilməsi, turistlərin məmnunluğunun artırılması məqsədilə *Azərbaycan Turizm Bürosunun* (bundan sonra – Büro) yaradılması nəzərdən keçiriləcəkdir. ^[90]—Bu tədbir nəticəsində gözlənilən səmərəlilik əldə edilərsə, bu təcrübə Azərbaycanın digər turizm regionlarına da şamil ediləcəkdir. Büro tərəfindən Bakı şəhərinin brend strategiyası ilə bağlı təkliflər hazırlanaraq təqdim ediləcəkdir. 2017–2020-ci illər üzrə Büronun bu strategiyada nəzərdə tutulmuş fəaliyyətlərini özündə əks etdirən fəaliyyət planı hazırlanacaqdır. Büronun büdcəsinin müəyyən bir qismi ilk dövrlərdə dövlət büdcəsi hesabına, digər hissəsi isə dövlət-özlə tərəfdaşlığı qurulduqdan sonra nizamnaməsində müəyyən edilmiş müxtəlif maliyyələşmə mənbələri hesabına təmin ediləcəkdir.

Tədbir 1.1.2: Büronun fəaliyyətinin təmin edilməsi istiqamətində zəruri təşkilati işlərin yerinə yetirilməsi

Büro fəaliyyətinin həyata keçirilməsi üçün bütün lazımi infrastrukturla təmin olunacaq və digər zəruri təşkilati işlər yerinə yetiriləcəkdir. Səmərəli fəaliyyətin təşkili məqsədilə xarici kommunikasiya vasitələri ilə əlaqələrin qurulması üçün Büro tərəfindən onlayn kommunikasiya platformaları yaradılacaqdır.

Tədbir 1.1.3: Büro tərəfindən müxtəlif yönümlü tədbirlərin keçirilməsi

Büro Bakı şəhərinin brendini formalaşdıracaq və onun beynəlxalq səviyyədə təbliği üzrə tədbirlər görəcək, eyni zamanda müəyyən edilmiş monitorinq metodologiyasına müvafiq olaraq təyin edilmiş müxtəlif indikatorlar əsasında müşahidələr həyata keçirməklə brendin təşviqi işlərinə nəzarət edəcəkdir. Monitorinq sisteminin bir hissəsi kimi, Büro dəqiq məlumatların toplanmasını, etibarlı turizm statistikasının hazırlanmasını və turizm reyestrinin səmərəli fəaliyyətini təmin edəcəkdir. Monitorinq sisteminin nəticələri press relizlər vasitəsilə elan olunacaq, davamlı şəkildə onlayn kommunikasiya platformaları vasitəsilə ictimaiyyətə açıqlanacaq və Bakı şəhərinə gələn turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılmaq üçün bir sıra tədbirlər həyata keçiriləcəkdir. Belə ki, onlayn platforma və yaxud digər müvafiq vasitələrlə turistlərin irad və təklifləri qəbul ediləcək və nəzərdən keçiriləcək, nəticədə, zərurət yarandığı təqdirdə, müvafiq tədbirlərin görülməsi üçün aidiyyəti qurumlara müraciət ediləcəkdir.

Tədbir 1.1.4: Bakı şəhəri üçün 2017–2020-ci illər üzrə marketinq və kommunikasiya planının hazırlanması

Büro nümayəndələrinin və digər maraqlı tərəflərin iştirakı ilə Bakı şəhərinin 2017–2020-ci illər üzrə marketinq və kommunikasiya planı hazırlanacaqdır. 1.3-cü prioritetdə müəyyən edilmiş hədəf qruplardan olan xarici turistlərin cəlb edilməsi üçün müvafiq marketinq tədbirlərinin həyata keçirilməsi kimi əsas strateji istiqamətlər müzakirələr əsasında müəyyənləşdiriləcəkdir. Zərurət yaranarsa, planın hazırlanmasına bu sahədə təcrübəyə malik beynəlxalq tərəfdaşlar da cəlb edilə bilər. Plan internet sahifəsi və press-relizlər vasitəsilə ictimaiyyətə açıqlanacaqdır.

Tədbir 1.1.5: Bütün əsas tədbirləri əlaqələndirmək üçün Bakı şəhəri üzrə turizm təqviminin yaradılması

İl ərzində Bakı şəhərində keçiriləcək mühüm tədbirlərin əlaqələndirilməsi, müddət baxımından uyğunluğun təmin edilməsi və turizm siyasətinin düzgün müəyyənləşdirilməsi məqsədilə, 2.3-cü prioritetə müvafiq olaraq, hər il Bakı şəhərinin turizm təqviminin hazırlanması nəzərdən keçiriləcək və zərurət yarandığı təqdirdə, bu istiqamətdə fəaliyyətin səmərəli təşkili məqsədilə aidiyyəti qurumlarla koordinasiya qurulacaqdır.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Büronun təsis edilməsi, onun fəaliyyətinin koordinasiyası, icra və nəzarət mexanizminin tətbiqi Bakı şəhəri ilə əlaqədar bütün tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün əsas hərəkətverici mexanizm olacaqdır.

Bu prioritetin tətbiqi nəticəsində 2020-ci ildə real ÜDM-in 5 milyon manat birbaşa və 5 milyon manat dolay olmaqla, ümumilikdə 10 milyon manat artacağı proqnozlaşdırılır.

Əsas icra göstəricisi Bakıda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə xarici ölkə vətəndaşları üzrə gecələmələrin sayının 2015-ci il üzrə təxminən 0,8 milyon gecədən 2020-ci il üzrə ən azı 3,65 milyon gecəyədək artırılmasıdır.

Büronun təsis edilməsi Bakı şəhərində bütün turizm mərkəzlərinin koordinasiyasını və müvafiq qurumlar arasında ümumi əməkdaşlığı artıracaqdır.

Tələb edilən investisiya

Bu prioritet daha çox əlaqələndirmə xarakteri daşıdığına görə onun həyata keçirilməsi üçün böyükhəcmli investisiyanın cəlb edilməsinə ehtiyac duyulmur.

Gözlənilən risklər

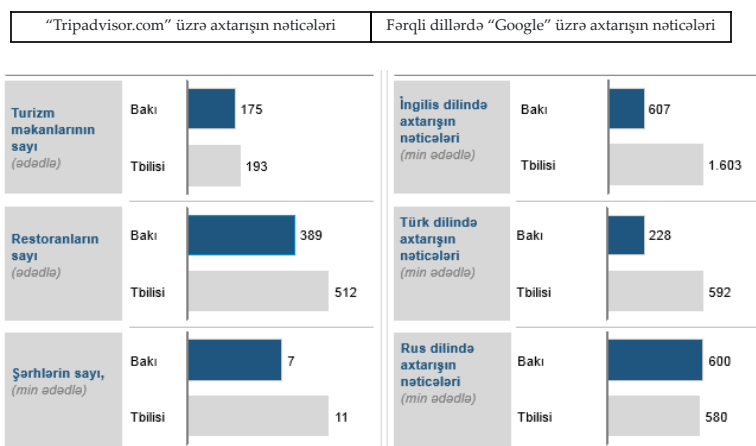
Bu prioritet üzrə xüsusi risklərin olacağı gözlənilmir. Bununla belə, Büronun fəaliyyətinin aidiyyəti dövlət və özəl qurumlarla lazımi səviyyədə əlaqələndirilməməsi Büronun işinin bu Strateji Yol Xəritəsi əsasında hazırlanacaq 2017–2020-ci illər üzrə fəaliyyət planına müvafiq olaraq səmərəli təşkil edilməsinə və resurslardan düzgün istifadədə çətinliklərin yaranmasına səbəb ola bilər.

7.1.2. Prioritet 1.2. Bakı şəhərindəki cəlbəedici turizm məkanlarına dair məlumatların və turist xidmət paketlərinin yenilənməsi

Əsaslandırma

Xarici turistlər arasında məşhur olan bir neçə internet sahifəsində Bakı şəhərinin turizm məkanları və restoranları barədə məlumatlar yerləşdirilmişdir. Dünyanın ən çox istifadə edilən turizm internet sahifəsi olan "TripAdvisor"-da Bakıda mövcud olan 175 məkan və 389 restoran barədə məlumatlar, eləcə də 2016-cı ilin may ayınadək Bakıya gələn turistlərə kömək məqsədilə istifadəçilər tərəfindən 7000-dən artıq şərh yerləşdirilmişdir.^[91] Lakin bu göstərici regionun digər rəqib şəhərləri ilə müqayisədə nisbətən kiçik rəqəmdir. Belə ki, Tbilisi şəhəri haqqında yerləşdirilmiş şərh və məlumatlar Bakı ilə müqayisədə təxminən 50 faiz çoxdur (şəkil 9). Rusiyanın "Google" istifadəçiləri arasında "Baku travel" üzrə axtarış "Tbilisi travel" üzrə axtarışdan daha çox istifadə edilsə də, ingilis və türk dilli istifadəçilər üzrə müvafiq göstəricilərdə vəziyyət bir qədər fərqlidir.

Şəkil 9. İnternet sahifələrində axtarış üzrə nəticələr



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

Araşdırmalar göstərir ki, turistlər Bakı şəhərinin təklif etdiyi bütün imkanlardan hərtərəfli şəkildə bəhrələnmə bilmirlər. Məsələn, 2014-cü ildə Bakıya gələn xarici turistlərin cəmi 45 faizi Bakının ən cəlbəedici turizm məkanı olan Qız Qalasına baş çəkmişdir.^[92] Bunun səbəbi kimi turistlər arasında Bakı şəhərinin turizm məkanları barədə məlumatlılığın kifayət qədər olmaması qeyd edilə bilər. Belə ki, Bakıda hazırda cəmi bir turizm məlumat mərkəzi

vardır. İkinci turizm mərkəzinin 2016-cı ildə Dənizkənarı Milli Parkda, digər mərkəzin isə 2017-ci ildə İçərişəhərdə açılması planlaşdırılır. Bununla yanaşı, Bakıda fəaliyyət göstərən 200-dən çox özəl turizm agentliyinin 90 faizi Azərbaycan rezidentlərinin xaricə səfərini təşkil etməklə məşğul olur.^[93]

Bakı şəhərində mövcud olan turizm məkanları barədə turistlərin məlumatlılığının artırılması ilə yanaşı, tələb ölkələrindən olan turistlərin zövqlərinə uyğun olaraq müxtəlif növ yeni turizm fəaliyyətlərinin də təşkil edilməsi vacibdir. Belə ki, bu istiqamətdə tədbirlərin həyata keçirilməsi üçün Novruz bayramı Azərbaycan üçün vacib turizm imkanudur. Ümumiyyətlə, Bakı şəhərində hər il “İçərişəhər” Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu və “Qala” qoruğu ərazisində Novruz bayramı festivalları keçirilməkdədir. Bu bayram regiondakı əksər xalqlar, xüsusən də İranlı turistlər üçün ən vacib bayramlardır. Bir çox ölkələr bu bayramı ciddi şəkildə dəyərləndirərək, əsasən də İranlı turistlərin cəlb edilməsi məqsədilə xüsusi tədbir və proqramlar və bunların təbliği üçün xüsusi turist xidmət paketləri işləyib hazırlayırlar. Buna müvafiq olaraq, Novruz bayramı üzrə festivalla bağlı tədbirlərin “İçərişəhər” Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu və “Qala” qoruğu ilə yanaşı şəhərin digər yerlərində də keçirilməsi nəticəsində çoxlu sayda turistlərin cəlb edilməsi mümkündür. Bu məqsədlə, Novruz bayramı ilə bağlı xüsusi turist xidmət paketləri hazırlana və bu bayramın qeyd edildiyi ölkələrdə geniş şəkildə təbliğ edilə bilər.

Özünəməxsus ənənəvi dəyərlərə malik olmaqla yanaşı, Bakı şəhərinin biznes turizmi üçün də əlverişli olmasına səbəb olan bir çox məkanları vardır. Belə ki, Bakıda konfrans və toplantı otaqları olan 15-dən artıq böyük və ortaölçülü məkanlar, həmçinin 30-dan çox lüks mehmanxana mövcuddur.

^[94] Şəhərin, həm də beynəlxalq biznes ictimaiyyətini və digər biznes seqmentlərini dəstəkləməyə imkan verən əlverişli infrastrukturuna vardır. Eyni zamanda, 2013-cü ildə *Dövlət Turizm Agentliyinin* nəzdində dövlət-özəl tərəfdaşlığı əsasında yaradılmış Azərbaycanın Konqreslər Bürosu belə biznes tədbirlərinin keçirilməsi üçün vahid pəncərədir.

2016-cı ildə Bakı ilk dəfə “Formula 1 Grand Prix” yarışmasına (bundan sonra – F1 yarışları) ev sahibliyi etdi. Bir sıra digər böyük beynəlxalq idman tədbirlərində olduğu kimi, F1 yarışlarında da ev sahibliyi edən ölkələr daha çox xarici turistlərin gəlməsinə, onların qalma müddətlərinin artırılmasına və həmin turistlərin iri mehmanxana və cəlbədicilərin məkanlarında, habelə yerli biznes obyektlərində yüksək vəsait xərcləməsinə nail olmaq istiqamətində bir çox

addımlar atır. Bunun nəticəsidir ki, 2011-ci ildə F1 yarışlarına ev sahibliyi etmiş şəhərlər 40–220 milyon ABŞ dolları arasında mənfəət əldə etmişdir.^[95] 2011-ci ildə F1 yarışlarına ev sahibliyi etmiş Bəhreyn və Monako şəhərlərinin hər biri müvafiq olaraq 220 və 90 milyon ABŞ dolları məbləğində mənfəət əldə etmişdir. Bakı da bu beynəlxalq təcrübədən istifadə edərək F1 yarışları zamanı, yarışlardan bir qədər əvvəl və sonra müxtəlif tədbirlər təşkil etməklə mənfəətliliyi artırmaqla bilər.

Bunlarla yanaşı, dünya təcrübəsi göstərir ki, bir çox şəhərlərdə keçirilən ticarət festivalları turistləri ruhlandıraraq, turizmdən əldə edilən gəlirlərin artmasına səbəb olur. Bu zaman şəhər mərkəzlərində yarış və şou tədbirləri təşkil edilir, bəzi hallarda böyük alıcı kütləsini cəlb etmək məqsədilə vergidən azad ticarət də təklif edilir. Məsələn, Kuala Lumpur və Dubayda eyni vaxtda həftələr və ya aylarla davam edən ticarət festivalları bu şəhərlərə olan turist axınını və həmin turistlər tərəfindən xərclənən vəsaitin məbləğini artırmışdır. Bunu nəzərə alaraq, Bakı şəhərində ticarət festivallarının təşkili nəzərdən keçiriləcəkdir.

Qeyd edilənlər əsasında iri onlayn turizm mediası vasitəsilə Bakı şəhəri və yaxın ərazilərin füsunkar turizm məkanlarının cəlbədiciliyinin artırılması və turistlərin Bakıya gəldikdən sonra Bakı şəhərinin turizm məkanları barədə məlumatlılıq səviyyələrinin yüksəldilməsi məqsədilə bir sıra məqsədyönlü tədbirlər həyata keçiriləcəkdir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 1.2.1: Bakı şəhəri ilə bağlı məlumatlılığın qənaətbəxş səviyyəyə çatdırılması məqsədilə onlayn məlumatların təmin edilməsi və turistlərin təkrar rastlaşdığı çətinliklərin aradan qaldırılması istiqamətində tədbirlərin görülməsi

Büro, ilk növbədə, Bakı şəhərinə daha çox turist cəlb etmək üçün onlayn məlumat platforması yaradacaq və onu işçi heyət ilə təmin edəcəkdir. Turizmlə bağlı düzgün qərarların verilməsi məqsədilə məlumatların toplanması üçün onlayn alətlərdən istifadənin artmasını nəzərə alaraq, işçi heyət Bakı və əsas onlayn səyahət və məlumat platformaları (məsələn, “Trip Advisor”, “Four Square”, “Lonely Planet” və s.) ilə əlaqədar lazımi məlumatların (məsələn, şəkil, şərh, təlimatlar və s.) prioritet hesab olunan ingilis, rus, türk, ərəb, fars və digər dillərdə tərtib olunmasını təmin edəcəkdir. Bundan başqa, qrup onlayn platformalara nəzarət edəcək və turizm təkliflərinin (məsələn, restoran, mehmanxana, tarixi və mədəni görməli yerlər və s.) təminat səviyyəsini müəyyən etmək məqsədilə hər altı aydan bir qiymətləndirmənin aparılması üçün müxtəlif mexanizmlər yaradacaq və turistlərin tələbləri üzrə (məsələn, görməli yerlərdə nişanların olmaması və s.) müvafiq tədbirlər görəcəkdir.

Tədbir 1.2.2: Bakı şəhərinə gələn və oradan regionlara səfər edən turistlərin məlumatlılığının artırılması üçün bir sıra tədbirlərin görülməsi

Bakı və Qəbələdəki hava limanları prioritetləşdirilməklə orada yerləşən turizm məlumat ofislərinin fəaliyyət dairəsi genişləndiriləcək və sayı artırılacaqdır. Turizm məlumat ofisləri Büro ilə əməkdaşlıq çərçivəsində və onun vəsaitlərindən istifadə edərək turistlər üçün Bakı və ətraf ərazilərlə bağlı (4 saatlıq məsafə) ingilis, fars, ərəb, türk və rus dillərində olan broşür və məlumat materialları nəşr edəcək və avtobus dayanacaqları, metro stansiyaları və hava limanlarında bu materialların paylanmasını təmin edəcəkdir. Bu ofislərdə hazırda Azərbaycan dilində mövcud olan xəritə və ictimai nəqliyyata dair məlumat materialları da həmin dillərdə hazırlanaraq nəşr ediləcəkdir. Turistlərin Bakı şəhərinə səfərlərini öz istəklərinə uyğun planlaşdırmaları və şəhərdə təklif edilən bütün imkanlardan tam faydalanmaları üçün bu materiallar, həmçinin mehmanxanalara, ticarət mərkəzlərinə, mühüm turizm məkanlarına və digər yerlərə də təklif ediləcəkdir. Bundan əlavə, Bakı şəhərinin mühüm turizm sahələrinin cəlbədiciliyini daha da artırmaq məqsədilə ölkə ərazisinə daxil olduqları zaman hava limanlarında və vağzalarda turistlərə muzeylərə aid həm vauçerlər, həm də endirimli biletlər təklif ediləcəkdir.

Tədbir 1.2.3: Bakı şəhərində yerləşən və ziyarətçilərinin sayı az olan məkanlar barədə məlumatlılığın artırılması

Büro turizm şirkətləri ilə əməkdaşlıq edərək, Bakı şəhərində yerləşən və ziyarətçilərinin sayı az olan, lakin turistlərin marağına səbəb ola biləcək turizm məkanlarına (məsələn, Bakıda “Nobel qardaşları” muzeyi, Tahir Salahovun ev muzeyi, numizmatika sərgisi və s.) daha çox ziyarətçi cəlb etmək məqsədilə həmin məkanlar üzrə turist marşrutlarının hazırlanmasını həyata keçirəcəkdir. Bu marşrutlar üzrə turistlərin məlumatlılıq səviyyəsini artırmaq məqsədilə 1.2.2-ci tədbirdə qeyd edilən broşür və məlumat materiallarında lazımi informasiyaların əks olunması təmin ediləcəkdir.

Tədbir 1.2.4: Büro tərəfindən müxtəlif dəstəqverici mexanizmlərin həyata keçirilməsi

Büro turizm agentlikləri üçün seminarlar keçirəcək, Bakıya daha çox xarici turistlərin gəlməsini təmin etmək üçün öz hədəf auditoriyalarını genişləndirmək məqsədilə onlara daha çox beynəlxalq tərəfdaşların cəlb edilməsi barədə təlimlər keçəcək və xarici ölkələrdə keçiriləcək turizm sərgilərində turoperatorların iştirakına dəstək verəcəkdir. Turizm agentlikləri həm də mühüm turizm yerləri, əsas küçələr, hava limanları, ictimai nəqliyyat dayanacaqları və əsas mehmanxanalarda reklam işlərini təkmilləşdirməyə təşviq ediləcəkdir.

Tədbir 1.2.5: Şəhər turu nəqliyyat vasitələrinin təklif etdiyi xidmətlərin təkmilləşdirilməsi

Bakı şəhərində şəhər gəzintisi təşkil edən şəhər turu nəqliyyat xidmətləri də vaxt, səmərəlilik və əhatə dairəsi baxımından təkmilləşdiriləcək və bu xidmətlər təcrübəli tur bələdçiləri, eləcə də rus və ingilis dillərində səsləndirilən audio yazılar da əlavə edilməklə zənginləşdiriləcəkdir. Bakının ətraf qəsəbələrindəki “Yanardağ” Dövlət Tarix-Mədəniyyət və Təbiət Qoruğu, “Qobustan” dövlət tarixi-bədii qoruğu və palçıq vulkanları kimi turizm məkanları da bu avtobusların əhatə dairəsinə daxil ediləcəkdir. Bakı şəhərinin turizm mərkəzləri ilə bağlı təkliflər barədə turistlərin məlumatlılığının artırılması məqsədilə hava limanları, mehmanxana və digər yerləşdirmə vasitələrində müvafiq məlumatlar yerləşdiriləcəkdir.

Tədbir 1.2.6: Bakı şəhərinin biznes potensialından tam faydalanmaq məqsədilə bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi

Mövcud infrastrukturun gətirə biləcəyi faydalardan geniş şəkildə istifadə etmək, Bakı şəhərinə olan işgüzar səfərlərin potensialından tam faydalanmaq, eləcə də 3.4-cü prioritetdə müəyyən edilmiş tədbirlərə əlavə olaraq Bakı şəhərində keçirilən iclas, beynəlxalq konfrans və tədbirlərin sayını artırmaq məqsədilə iki əlavə tədbir həyata keçiriləcəkdir:

1. Bakı şəhərinin mövcud unikal məkanlarından səmərəli istifadənin təşviqi: Dünyanın ən qədim dəniz neft platformasında, Bakının yaxınlığında yerləşən və onillər boyu təbii qazın alovlandığı “Yanardağ” Dövlət Tarix-Mədəniyyət və Təbiət Qoruğunda, qədim yeraltı təbii qaz məbədgahı olan “Atəşgah məbədi” Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğunda bir sıra tədbirlər keçiriləcəkdir. Bununla yanaşı, belə tədbirlərin turistlər üçün cəlbedici olan digər məkanlarda keçirilməsi nəzərdən keçirilə bilər.
2. İşgüzar məqsədlərlə Bakı şəhərinə səfər edən turistlərin ailələri ilə gəlmələri və keçiriləcək tədbirdən əvvəl və sonra uzun müddət qalmaları üçün turoperatorlar ilə əlaqəli şəkildə yeni və daha cəlbedici təkliflərin verilməsi: Büro öz işini işgüzar turizmə xidmət edən turoperatorlar ilə əlaqələndirərək Bakı şəhəri və ətraf ərazilərə turlar da daxil olmaqla, ailəvi turpaketlərin hazırlanmasını təşkil edəcəkdir. Büro həm də idman (məsələn, Şahdağdakı dağ-xizək istirahət kompleksinə birgünlük səfərlər və s.), çimərlik və gecə istirahətini (məsələn, xarici turistlər üçün gecə klubları və s.) təşviq edən əlavə təkliflərin irəli sürülməsini də stimullaşdıracaqdır.

Tədbir 1.2.7: Novruz bayramı paketlərinin hazırlanması və təbliği

1.3-cü prioritetə müvafiq olaraq hədəf ölkələr üçün turizm paketlərinin yaradılması həmin bazarlardan əlavə turistləri də cəlb etmək baxımından xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu məqsədlə Büro işlərini xarici və yerli turoperatorlar ilə əlaqələndirərək Novruz bayramı ərəfəsində yerləşdirmə vasitələri və təyyarə biletlərini əhatə edən turist xidmət paketlərinin hazırlanmasını təşviq edəcəkdir. Bundan əlavə, Azərbaycanın, əsasən də Bakının Novruz bayramı ərəfəsində cəlbediciliyini artırmaq məqsədilə çərşənbə axşamlarında və bayram zamanı açıq hava altında festivallar, Azərbaycan və regiondakı qonşu ölkələrdən folklor musiqi ifaları və Novruz süfrələri ətrafında fəaliyyətlər təşkil ediləcək və həmin tədbirlərdə iştirak da bu paketlərə əlavə ediləcəkdir. Büro tərəfindən 1.1-ci prioritetə əsasən yaradılmış onlayn platformalar vasitəsilə bu paketlər haqqında xarici kommunikasiya vasitələri ilə məlumatlandırılma təmin ediləcəkdir.

Tədbir 1.2.8: F1 yarışları zamanı müxtəlif tədbirlərin keçirilməsi

F1 Təşkilat Komitəsi və Büro xarici turistlərin ölkədə orta qalma müddətini artırmaq üçün F1 yarışları ilə birlikdə digər idman və turizm tədbirləri də təşkil edəcəkdir. Belə ki, velosiped turu, festivallar və regiondakı F1 yarışlarına ev sahibliyi etmiş başqa ölkələrin təcrübəsində olduğu kimi, motorlu idman növləri ilə bağlı tədbirlərin F1 yarışlarından əvvəl və sonrakı aralıq müddət ərzində təşkili nəzərdən keçiriləcəkdir. Bunlarla yanaşı, F1 yarışları zamanı müxtəlif miqyaslı festival və iri sərgilərin təşkili, F1 Təşkilat Komitəsi tərəfindən yarışlar zamanı yerli kulinariya və mədəniyyət festivallarının keçirilməsi məsələsi də dəyərləndiriləcəkdir. Büro tərəfindən 1.1-ci prioritetə əsasən yaradılmış onlayn platformalar vasitəsilə bu paketlər haqqında xarici kommunikasiya vasitələri ilə məlumatlandırılma təmin ediləcəkdir.

Tədbir 1.2.9: Büro tərəfindən hazırlanacaq turist xidmət paketlərinin təşviqi

Büro Bakıda turist xidmət paketlərini təşviq edəcək, həmçinin Bakı şəhərinin turist avtobuslarından və bütün turizm məkanlarından (atraksionlardan) qısamüddətli (24-48 saat müddətində) istifadə üçün turist kartlarının hazırlanmasını təşkil edəcəkdir. Büro mövcud gündəlik və həftəlik turizm paketlərini zənginləşdirmək məqsədilə agentliklər, nəqliyyat firmaları, mehmanxanalar, mədəni fəaliyyətin, muzeylərin idarə edilməsini həyata keçirəcək və işgüzar turizm tədbirlərinin, təşkilat və potensial beynəlxalq tərəfdaşlar arasında mütəmadi aylıq “turizm paketi” tədbirlərinin və sərgilərin keçirilməsini təşkil edəcəkdir. Büro tərəfindən 1.1-ci prioritetə əsasən yaradılmış onlayn platforma vasitəsilə bu paketlər haqqında xarici kommunikasiya vasitələri ilə məlumatlandırılma təmin ediləcəkdir.

Tədbir 1.2.10: Ticarət festivallarının keçirilməsi

Dövlət Turizm Agentliyi dövlət və özəl sektorun nümayəndələri ilə əməkdaşlıq edərək 1.1-ci prioritetdə müəyyən edilmiş Bakı turizm tədbirləri təqviminə uyğun olaraq, ticarət festivalını təşkil edəcəkdir. Bu tədbirlərə pörakəndə ticarət, bədii tamaşalar, paradlar, Naftalan nefti və Naxçıvan Muxtar Respublikasının duz dağı ilə bağlı seminarların təşkili kimi digər turizm tədbirləri də daxil ediləcəkdir.

Festivalda sənətkarların hazırladığı mis məmulatlar kimi Azərbaycan məhsullarının təklifinə də xüsusi önəm veriləcəkdir. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi tərəfindən Bakıda ticarət festivalının təşkili məqsədilə müvafiq tədbirlər planı hazırlanacaqdır. Festivalın keçirilməsi üçün Nazirlik dörd mərhələdən ibarət strateji planın hazırlanması işinin koordinasiyasını həyata keçirəcəkdir. İlk mərhələdə 1.3-cü prioritetdə müəyyən edilmiş hədəf bazarlar üzrə müxtəlif meyarlara nəzərə alınmaqla (məsələn, İran, Rusiya, Gürcüstan) dövlət bayramlarına və tətil günlərinə uyğun olaraq ticarət festivalının vaxtı və müddəti təyin ediləcəkdir. İkinci mərhələdə Nazirlik hədəf bazarlarda ən yaxşı 20 turizm agentliyi ilə görüşlər keçirəcək, mehmanxana və nəqliyyat xidmətlərini (qatar, avtobus və ya təyyarə), eləcə də görməli yerləri əhatə edən yüksək və aşağı qiymətə turizm xidmət

paketlərini hazırlayacaqdır. Üçüncü mərhələdə isə Nazirlik ticarət festivalında iştirak etmək üçün yerli istehsal zonalarını hazırlayacaq və festival müddəti ərzində ehtiyac olduğu halda regionlardan yerli istehsalçıları da festivalda iştiraka dəvət edəcəkdir. Dördüncü mərhələdə festival başa çatdıqdan sonra Nazirlik iştirakçılar, turizm agentlikləri, mehmanxana və restoranlardan rəylər toplamaqla qiymətləndirmə aparacaq və növbəti ilin ticarət festivalına dair təkliflər irəli sürəcəkdir.

Tədbir 1.2.11: Yerli turopereatorların internet sahifəsində “özün hazırla” (“do it yourself”) paketlərinin təklif edilməsi

Yerli turopereatorların internet sahifəsi vasitəsilə turistlərə uçuş, mehmanxana, avtomobil kirayəsi və turlar da daxil olmaqla, hərtərəfli səyahət seçimləri təklif edən “özün hazırla” paketlərinin hazırlanması imkanı təmin ediləcəkdir. Turistlər turopereatorların internet sahifələrinə daxil olaraq istədikləri uçuş istiqamətini, mehmanxanayı və s. xidmətləri seçməklə, xüsusi turist xidmət paketini hazırlamış olacaqlar. Bu sistem hər bir turisti günlük turlara, avtomobil kirayəsinə, turizm məkanlarına və tədbir çərçivəsində keçirilən satışlara sövq edəcək ki, bu da gəlirlərin artmasına imkan verəcəkdir. Təklif ediləcək “özün hazırla” onlayn turizm xidmət paketləri yerli turizm agentlikləri ilə, uyğun qiymətə mehmanxanalardan tutmuş yüksək qiymətə mehmanxanalarla, avtomobil kirayəsi və satış xidmətləri ilə, eləcə də restoran, muzey və cəlbədicə turizm məkanları ilə tərəfdaşlığı da əhatə edəcəkdir.

Büro bütün mövcud məlumatları və turizm xidmət paketlərini təşviq etmək üçün yerli turopereatorlar ilə birgə layihəyə başlayacaqdır. Bu layihə turopereatorların və Büronun internet sahifəsində Bakı şəhəri ilə əlaqədar təklifləri artıracaq və “özün hazırla” turist xidmət paketlərinin alınmasına şərait yaradacaqdır. İnternet sahifəsində, təyyarə biletləri də daxil olmaqla, ümumi kompleks paket sövdələşməsinə aid təkliflərlə birlikdə Bakı və ətraf ərazilər üçün ayrıca məlumat sahifəsi də olacaqdır. Bunun həyata keçirilməsi üçün Büro tərəfindən vahid sistem yaradılacaq və turopereatorların bu sistemə inteqrasiyası təmin olunacaqdır.

Tədbir 1.2.12: Hədəf ölkələr üçün Bakı şəhəri və Azərbaycanın digər məkanlarının özünəməxsus dəyərlərini özündə əks etdirən xüsusi turist xidmət paketlərinin hazırlanması

Büro Bakı şəhərinin və Azərbaycanın özünəməxsus dəyərləri ilə bağlı təklifləri nəzərdən keçirəcək və 1.3-cü prioritetdə müəyyən edilmiş hədəf ölkələrə aid xüsusi turist xidmət paketlərinin hazırlanmasını təşkil edəcəkdir. Bu cür layihələrdən biri Azərbaycandakı keçmiş alman könd və yaşayış məkanlarına turların təşkili də daxil olmaqla, alman turistlər üçün potensial turizm paketlərinin yaradılmasından ibarət olacaqdır. Büro tərəfindən 1.1-ci prioritetdə müəyyən olunmuş onlayn platformalar vasitəsilə bu paketlər haqqında xarici kommunikasiya vasitələrinin məlumatlandırılması təmin ediləcəkdir.

Tədbir 1.2.13: Bakı şəhərindən hava yolu ilə digər regionlara bir və ya iki günlük səyahət paketlərinin hazırlanması

Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən Bakı şəhərinə gələn turistlər üçün 2.5-ci prioritetdə sadalanmış kommersiya məqsədli hava limanlarının yerləşdiyi bölgələrə bir və ya iki günlük turların təşkil edilməsinə şərait yaradılacaqdır. Belə ki, bu qurum aidiyyəti qurumlarla əməkdaşlıq şəraitində həmin hava limanlarına olan uçuşların vaxt baxımından səmərəliliyinin yüksəldilməsinə çalışacaqdır.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Bu prioritetin tətbiqinin 2020-ci ildə real ÜDM-in artımına birbaşa 30 milyon manat, dolayısı şəkildə 20 milyon manat olmaqla, ümumilikdə 50 milyon manat təsir edəcəyi, eləcə də 2020-ci ildə ümumilikdə 8500 olmaqla, bilavasitə turizm sektorunda 6100 yeni iş yerinin açılacağı proqnozlaşdırılır.

Əsas icra göstəriciləri:

- Bakıda mehmanxanalarda və mehmanxanatipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş xarici turistlərin sayının 2015-ci il üzrə hesablanmış 0,5 milyon nəfərdən 2020-ci ildə 0,9 milyon nəfərədək artması;
- hər turistin orta qalma müddətinin 2 gündən 3 günədək artması.

Ümumi daxili məhsulun, əsasən ölkədə daha uzun müddət qalan turistlərin istirahət və əlavə yerləşmə vasitələrinə xərclədikləri vəsaitdən yaranacağı ehtimal olunur. Gündəlik xərclərin real şərtlər üzrə hər bir şəxs üçün 195 manat qalacağı ehtimal olunur. Bakıya turistlərin gəlişindən yaranan əlavə təsir 1.3-cü prioritetdə nəzərə alınmışdır.

Bu prioritet üzrə nəzərdə tutulan tədbirlərin icrası nəticəsində, eləcə də səyahət agentliklərinin, turizm məlumat ofislərinin və Büronun media üzrə məsul şəxsləri sayəsində məşğulluğun artması gözlənilir. Bakının məşğulluq göstəricisində artımın iqtisadi təsirlərə mütənasib olaraq yaranan artımdakı payı bu prioritetdə, əlavə artım isə 1.3-cü və 1.4-cü prioritetlər çərçivəsində əldə olunur.

Tələb edilən investisiya

Bu nəticəyə nail olmaq üçün, yəni turistlərə göstərilən xidmətin keyfiyyətinin artırılması, turist xidmət paketlərinin hazırlanması və festivalların keçirilməsi məqsədilə 15 milyon manat birdəfəlik investisiya tələb edilir.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin həyata keçirilməsində yaranacaq risklər, əsasən, maliyyə çatışmazlığı ilə bağlı ola bilər.

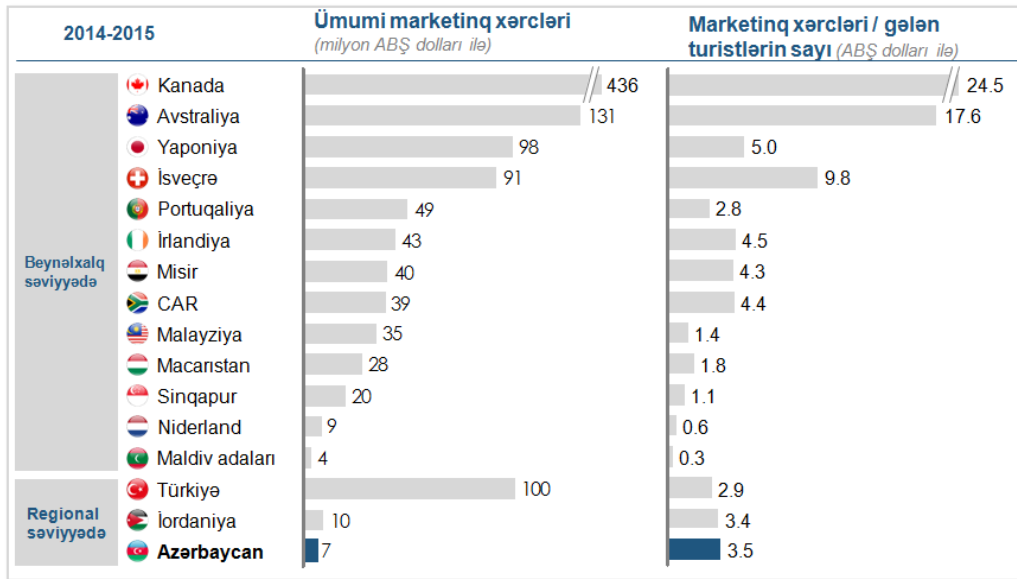
7.1.3. Prioritet 1.3. Bakı şəhəri üzrə təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi

Əsaslandırma

Azərbaycandan kənarda ölkənin marketinginin həyata keçirilməsi məqsədilə ayrılmış vəsaitlərin miqdarında artıma nail olmaq üçün kifayət qədər imkanlar vardır. Belə ki, Azərbaycanın mövcud marketing büdcəsi “Euronews” və “CNN International” kimi beynəlxalq və biznesyönlü kanallarda televiziya reklamına yönəldilir və bu, ümumilikdə marketing büdcəsinin 58 faizini təşkil edir. Ümumiyyətlə, ölkə tərəfindən hər gələn turist üçün

ortalama 3,50 ABŞ dolları olmaqla, ildə təxminən 7 milyon ABŞ dolları məbləğində marketing məqsədli vəsait sərf edilir ki, bu da region ölkələrinin orta göstəriciləri ilə eyni səviyyədədir (şəkil 10).^[96]

Şəkil 10. Region və digər ölkələrdə marketing xərcləri üzrə göstəricilər



Mənbə: Dünya Turizm Təşkilatı, milli turizm qurumlarının illik hesabatları

Bununla yanaşı, Bakı şəhərinin turizm potensialına xüsusi diqqət yetirməklə, eləcə də bu istiqamətdə müvafiq marketing siyasəti həyata keçirməklə, turistlərin sayı və onların orta qalma müddəti artırılabilir. Bununla əlaqədar olaraq, Büro ayrılmiş maliyyə vəsaitindən istifadə edərək onlayn marketing tədbirlərinin həyata keçirilməsi, televiziya reklamlarının yerləşdirilməsi, turizm sərgilərində iştirak və digər vasitələrlə hədəf kimi müəyyənləşdirilmiş şəhərlərdə Bakı şəhərinin təbliğat-təşviqat tədbirlərini həyata keçirəcəkdir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 1.3.1: Əsas hədəf bazarların seçilməsi

Mövcud potensialdan maksimum faydalanmaqla müəyyən edilmiş prioritetlərin məqsədmüvafiq şəkildə həyata keçirilməsi, o cümlədən Büro tərəfindən Bakı şəhərinin turizm potensialının tam reallaşdırılması və bu istiqamətdə təbliğat-təşviqat tədbirlərinin görülməsi üçün bu Strateji Yol Xəritəsinin mövcud vəziyyətin təhlili ilə bağlı hissəsində Azərbaycan üçün əsas bazar imkanları kimi müəyyənləşdirilmiş beş əsas hədəf bazar üzrə araşdırma aparılacaqdır. Daha sonra Bakı şəhərinin təbliğat-təşviqat tədbirləri istiqamətində bu prioritetin 1.3.2-ci tədbirində göstərilmiş qaydada prioritetlərin siyahısı hazırlanaraq tərtib ediləcək və ilk təbliğat-təşviqat tədbirləri Bakıya birbaşa uçuşların olduğu hədəf şəhərlərdən başlanacaqdır. Ayrı-ayrı ölkələrdən gələn turistlərin sayı müəyyən səviyyədə yuxarı olduqda, prioritet ölkələr siyahısına yeni ölkələrin də adları əlavə olunacaqdır. Belə təşviqat fəaliyyətləri həftəlik birbaşa uçuşlar başlandıqdan sonra qısamüddətli uçuş məsafəsində yerləşən digər hədəf ölkələri də əhatə edəcəkdir.

Tədbir 1.3.2: Hədəf ölkə və şəhərlərin seçilməsi

İlk növbədə qonşu ölkələr Bakı şəhərinin turizm potensialının təşviqi üçün əsas bazar olacaqdır. Təbliğat-təşviqat tədbirləri İstanbul, Moskva, Sankt-Peterburq və Frankfurt kimi Azərbaycandan birbaşa uçuşların olduğu şəhərlər prioritetləşdirilməklə, Gürcüstan, İran, Rusiya və Türkiyə kimi yüksək tələbatı olduğu ölkələrdə başlanılacaqdır. Bununla yanaşı, bazarların prioritetliyi əsasən təsnifatı zamanı turist axınlarının dinamikasına təsir göstərən bir sıra amillər nəzərə alınacaqdır. Aşağıda sadalanan əsas meyarların nəzərə alınması marketingə yatırılan sərmayələrdən maksimum dərəcədə fayda əldə etmək imkanını yaradacaqdır.

1. *Ölkəyə qədər olan məsafə:* Ölkəyə qədər olan məsafə çox mühüm amil olmaqla yanaşı, marketing fəaliyyətinin planlaşdırılması zamanı da nəzərə alınmalıdır. Prioritet bazarlar çox vaxt qonşu ölkələr olur, çünki bu, səyahət etmək üçün daha az vaxt və vəsait tələb edir. Uzaq ölkələrin vətəndaşları isə böyük məsafələr qət etməli və nəqliyyata daha çox vəsait xərcləməli olurlar ki, bu da bəzi hallarda səyahətdən imtinaya səbəb ola bilər.
2. *Xarici vətəndaşların ölkəyə giriş-çıxış prosedurları, o cümlədən viza rejiminin xüsusiyyətləri və ya onun mövcud olmaması:* Mürəkkəb viza prosedurları, eləcə də ciddi sərhəd buraxılış rejimi müasir dünyada turizmin inkişafına təsir göstərən əsas maneələrdən biridir. Səfirliyə müraciət etmək zərurəti və çoxlu sayda sənədlərin toplanmasına sərf edilən zaman bir çox potensial turistlərə mane olmaqla yanaşı, turizm məkanının seçilməndə də böyük rol oynayır. Bununla əlaqədar olaraq, prioritet ölkələr kateqoriyasına ilk növbədə ya ölkəyə vizasız daxil ola bilən, ya da sadələşdirilmiş rejim üzrə viza ala bilən ölkələr daxil ediləcəkdir.
3. *Nəqliyyat əlaqələri:* Müvafiq ölkə ilə birbaşa hava əlaqəsinin olması bir çox turistlərin istiqamət seçimi zamanı nəzərə aldığı amildir. Ölkələr arasında aşağı büdcəli hava əlaqəsinin olması da böyük əhəmiyyət kəsb edir.
4. *Ölkənin iqtisadi rifahı:* Ölkədə varlı insanlar nə qədər çox olarsa, xaricə edilən səyahətlərin sayı və bu zaman xərclənən vəsaitlərin həcmi də çox olar.
5. *Əhalinin sayı:* Bu və ya digər ölkədə nə qədər çox sayda əhali yaşayırsa, həmin ölkədən xaricə səyahət edən turistlərin sayı bir o qədər çox olar. Belə ölkələrdə inkişafa qoyulan sərmayələr, bir qayda olaraq, böyük nəticələr verir.

6. *Məqsədli bazarda daxili siyasi vəziyyət:* Daxili və beynəlxalq vəziyyətin kəskin pisləşməyi təqdirdə, turizm məqsədilə xaricə səyahət etmək istəyənlərin sayı da kəskin azala bilər. Bu halda, marketing planlarında müvafiq düzəlişlər olunmalıdır.
7. *Dil baryeri:* Bu amil də potensial istirahət məkanının seçiminə təsir göstərə bilər. Dil baryerinin olmaması Rusiya, Türkiyə və bu kimi digər ölkələrdən turistlərin Azərbaycana səfər etməsini asanlaşdırır.
8. *Ölkə əhalisinin turizm istəkləri, eləcə də təklif olunan məhsullara tələbat:* Marketing fəaliyyətinin planlaşdırılması zamanı bu və ya digər ölkədə hansı turizm məhsullarına tələbatın olacağı nəzərə alınmalıdır. Məsələn, Yaxın Şərqdən olan turistlərə şəhər gəzintisi, alış-veriş və ovçuluq turları daha maraqlı gəldiyi halda, Avropalı turistlər daha çox mədəni turizmə meyllidirlər. Mədəni və dini yaxınlıq da istiqamətin seçiminə təsir göstərə bilər.
9. *Statistik dinamika:* Ölkəyə gələnlər üzrə statistik göstəricilər marketing planlarının tərtibi və prioritet bazarların müəyyənəşdirilməsi zamanı mühüm göstərici qismində çıxış edir. Bu və ya digər ölkələrdən gələnlərin statistikası davamlı artım nümayiş etdirsə, həmin bazara xüsusi diqqət yetirmək lazımdır.

Tədbir 1.3.3: Təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi üçün bazar araşdırmalarının aparılması

Məhdud büdcə şəraitində marketing fəaliyyətinin səmərəli təşkili məqsədilə marketing strategiyası diferensial yanaşma əsasında qurulacaqdır. 1.3.2-ci tədbirdə hədəf olaraq müəyyən edilmiş şəhər və ölkələrin həmin tədbirdə müəyyən olunmuş meyarlara uyğunluğuna müvafiq olaraq onlara maliyyə vəsaiti ayrılacaqdır. Bununla əlaqədar olaraq, potensial bazarlar prioritetlik prinsipi üzrə aşağıdakı qruplara bölünəcəkdir:

- *Birinci kateqoriyalı ölkələr.* Bu qrupa əsas meyarlara cavab verən və turizm tələb ölkəsi qismində böyük potensiala malik olan ölkələr daxil olacaqdır. Bu qrup ölkələrlə əməkdaşlıq əvvəlcədən hazırlanmış plan üzrə və müəyyən edilmiş büdcə əsasında aparılmalıdır.
- *İkinci kateqoriyalı ölkələr.* Bu qrupa təsnifat meyarlarına qismən cavab verən ölkələr daxil olacaqdır. Bu qrup ölkələrlə əməkdaşlıq ilə bağlı əvvəlcədən hazırlanmış tədbirlər planı nəzərdə tutulmur. Turizm sərgilərində iştirak, turizm sənayesi nümayəndələri və jurnalistlər üçün tanışlıq səfərlərinin təşkili kimi birdəfəlik aksiyaların həyata keçirilməsi planlaşdırılır. Bu aksiyalar həmçinin nümayəndəlik ofisləri vasitəsilə təşkil oluna və onlarla əməkdaşlıq "layihəəsaslı yanaşma" ("project based approach") üzrə həyata keçirilə bilər.
- *Üçüncü kateqoriyalı ölkələr.* Bu qrupa təsnifat meyarlarının əksəriyyətinə cavab verməyən ölkələr daxil olacaqdır. Bu qrup ölkələrdə təbliğat-təşviqat tədbirlərinin əsas etibarilə elektron marketing və beynəlxalq televiziya kanalları vasitəsilə həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur.

Büro bazar tədqiqatları və brendinq proqramı üçün büdcəni müəyyən edərək təqdim edəcək, daha sonra marketing tədbirlərinin strategiyasının hazırlanması üçün beynəlxalq bazar araşdırması aparacaq və brendinq üzrə ekspert şirkətlər arasından seçilmiş şirkət ilə işə başlayacaqdır. Görüləcək işlər Azərbaycanda və hədəf bazarlarda bazar tədqiqatlarının aparılmasını əhatə edəcəkdir. Bundan başqa, Bakının şəhər turizmini yaxşılaşdırmaq məqsədilə ən yaxşı cəhətləri, eləcə də müvafiq əraziləri müəyyən etmək üçün təhlillər aparılacaqdır. Bu bazar tədqiqatının əsasında Bakı şəhərinin brendi, loqosu, sloqanı və reklam videoları hazırlanacaqdır. Qeyd olunanlardan başqa, təkmilləşdirilməli olan sahələrə dair zəruri addımları və Büro üçün keçən ilin nəticələrinə dair məlumatları müəyyən etmək məqsədilə bazar araşdırması hər il təkrarlanacaqdır.

İmkanlardan maksimum istifadə etmək məqsədilə Bakı şəhərinin təbliğat-təşviqat tədbirləri hər bir ölkə və şəhər üçün xüsusi olaraq həyata keçiriləcəkdir. Bazar araşdırması zamanı təbliğat-təşviqat tədbirlərinin həm təklif (məsələn, rəqabətli mühit və Azərbaycanın rəqabət üstünlüyü və s.), həm də tələb (məsələn, regional yaxınlıq, sosial-demoqrafik profil və turist səyahət davranışı və s.) reallıqlarına uyğunlaşdırılması nəzərdə tutulur. Hər bir hədəf ölkə üzrə mövcud olan turist seçimlərinin başa düşülməsi, turizmə dair toplanan məlumatın həcmi və keyfiyyətinin artırılması və Bakının hər hədəf ölkə üzrə dəyərinin düzgün müəyyən edilməsi məqsədilə Büro turizm ekspertlərini işə cəlb ediləcəkdir.

Tədbir 1.3.4: Marketing və media şirkətlərini cəlb etməklə hədəf şəhərlərdə Bakı şəhərinin təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi

Büro marketing strategiyasına müvafiq olaraq hədəf ölkələrdə təbliğat-təşviqat tədbirlərinin planını həyata keçirəcəkdir. Büro, bu məqsədlə marketing və media planlaşdırma şirkətlərini də təbliğat-təşviqat tədbirlərinin reallaşdırılmasına cəlb edəcəkdir. Burada birinci addım olaraq büdcə və xərc prinsipləri və qaydaları müəyyənəşdiriləcəkdir. Daha sonra bu təbliğat-təşviqat tədbirlərinin təşviqat planı 2017-ci ildən başlamaqla hədəf ölkə və şəhərlərdə keçiriləcəkdir. Büro marketing tədbirlərinin hər bir aləti (məsələn, onlayn təbliğat, televiziya kanalları və s.) üçün əsas icra göstəricilərini müəyyən edəcək və onların hər birinin səmərəliliyinin ölçülməsi üçün ayrıca hesabatlar tərtib edəcəkdir. Marketing alətləri üçün sərf edilən büdcə vəsaitləri əsas icra göstəriciləri əsasında yenilənəcəkdir.

Tədbir 1.3.5: Bazar kanallarının müəyyən edilməsi

Təbliğat-təşviqat tədbirlərinin dəstəklənməsi üçün daha fərqli marketing kanalları tələb ediləcəkdir. Büro televiziya kanallarına, baner reklamlarına ("outdoor campaign"), beynəlxalq sərgilərə, hədəf bazarlarda təqdimatların keçirilməsinə, xarici jurnalistlər və turizm sənayesi nümayəndələri üçün tanışlıq səfərlərinin təşkilinə, hədəf bazarlarda rəqəmsal marketing və sosial şəbəkə tədbirlərinə, həmçinin məşhur televiziya şoularına üstünlük verəcəkdir. Bu zaman hədəf bazarlar barədə bazar araşdırması əsasında əldə olunmuş məlumatlara əsasən tədbirlərin lokallaşdırılmasına xüsusi diqqət yetiriləcək, beynəlxalq marketing agentliyi və müvafiq dövlət qurumunun nəzdində yaradılması nəzərdə tutulan onlayn marketing komandası bu səylərə dəstək göstərəcəkdir.

Tədbir 1.3.6: Azərbaycan Respublikasının diplomatik nümayəndəliklərində turizm nümayəndələrinin təyin olunması və onların fəaliyyətinin təşkili^[118]

Azərbaycan Turizm Bürosu ölkənin turizm potensialının təşviqi, turizm məhsullarının dünya turizm bazarına çıxarılması, satışının təşkili və ölkəyə turist axınının artırılması məqsədilə hədəf ölkələrdə fəaliyyət göstərən turizm nümayəndəlik ofislərinin yaradılmasını təmin edəcəkdir. Fəaliyyətin daha səmərəli və planlı şəkildə qurulması məqsədilə illik iş planı tərtib ediləcəkdir.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Hədəf ölkələrdən Bakıya gələn turist sayındakı potensial artım nəzərə alınmaqla, bu prioritetin 2020-ci ildə 150 milyon manat birbaşa, 80 milyon manat dolayı olmaqla, ümumilikdə real ÜDM-də 230 milyon manat artıma səbəb olacağı proqnozlaşdırılır. Bu təsirə əlavə səfərləri üzrə turistlərin gəlişi daxil deyildir. Eyni zamanda turistlərin sayındakı artımın 2020-ci ildə ümumilikdə 16000 olmaqla, bilavasitə turizm sektorunda 11500 yeni iş yerinin açılmasına səbəb olacağı proqnozlaşdırılır.

Əsas icra göstəriciləri:

- mehmanxanalarda və mehmanxanatipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş xarici ölkə vətəndaşlarının sayı 2015-ci il üzrə müəyyən edilmiş 0,5 milyon nəfərdən 2020-ci ildə 0,9 milyon nəfərədək artacaq (bu 1.2-ci prioritetin də əsas icra göstəricisidir), mehmanxanalarda yerləşdirilməmiş xarici ölkə vətəndaşlarının sayı isə 2015-ci il üzrə müəyyən edilmiş 0,8 milyon nəfərdən 2020-ci il üzrə 1,5 milyon nəfərə qədər artacaqdır.

Burada nəzərə alınmamış, lakin mövcud olan digər bir əlavə təsir isə Bakının marketinq tədbirlərinin Azərbaycandakı qış kurort zonaları və ya sağlamlıq turizmi kimi regional turizmin inkişafına olan təsiridir.

Tələb edilən investisiya

Marketinq tədbirlərinin və turizm nümayəndəliklərinin yaradılması üçün 2020-ci ilədək 100 milyon manat investisiya tələb olunacağı gözlənilir.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin həyata keçirilməsində yaranacaq risklər, əsasən, maliyyə çatışmazlığı ilə bağlı ola bilər.

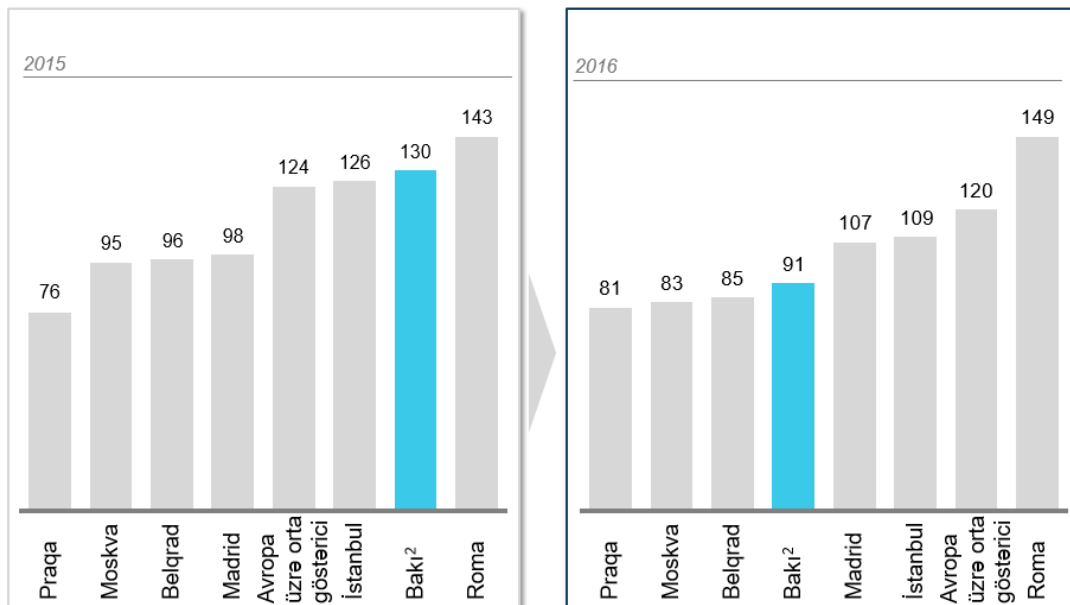
7.1.4. Prioritet 1.4. Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun, o cümlədən uyğun qiymətə mehmanxana və cəlbədicə turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi

Əsaslandırma

Bakı şəhəri hazırda dünyəviyyəli işgüzar turizm mərkəzlərindən biridir. Bununla yanaşı, uyğun qiymətə (aşağı büdcəli) istirahəti üstün tutan turistlər də daxil olmaqla, bəzi turist qrupları üçün cəlbədiciliyi artırmaq məqsədilə Bakı şəhərinin mərkəzində uyğun qiymətə mehmanxana və hostel tipli qonaq evləri kimi yerləşdirmə vasitələrinin tikilməsi zəruridir.

Statistik göstəricilərə əsasən, 2015–2016-cı illərdə milli valyutanın devalvasiyası nəticəsində Bakı şəhərində yerləşdirmə vasitələrinin qiymətlərində 30 faiz azalma müşahidə edilmişdir. Bununla əlaqədar olaraq, 2016-cı ilin ilk dörd ayı ərzində orta günlük mehmanxana qiymətlərinin ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 130 ABŞ dollarından 91 ABŞ dollarınadək azalması Bakı şəhərinə səfər etmək istəyən turistlərin marağının daha da artmasına səbəb olmuşdur (şəkil 11).

Şəkil 11. 2015–2016-cı illərdə müxtəlif şəhərlər üzrə orta gündəlik mehmanxana qiymətləri (ABŞ dolları ilə)¹



1. 2015 və 2016-cı illərin birinci 4 ayı üzrə orta göstərici nəzərə alınmaqla

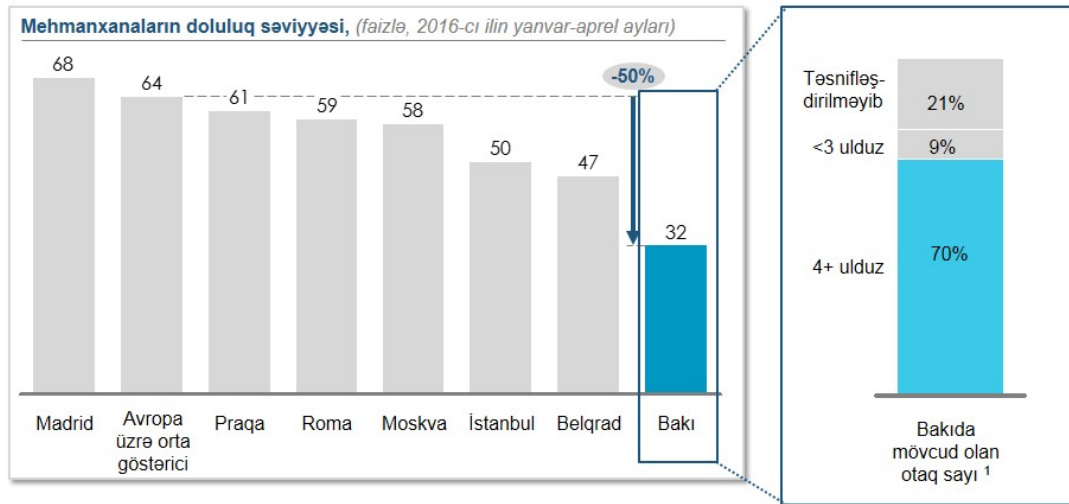
2. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatına görə, 2015-ci ildə Bakıda mehmanxanalarda gündəlik orta qiymət 111 ABŞ dolları təşkil etmişdir. Bu təhlildə "STR Global"-ın rəqəmlərindən istifadə edilmişdir və bu rəqəmlərdən istifadə etməkdə əsas məqsəd sonadda adları çəkilən və eyni təsnifatdan olan digər ölkələrin məlumatları ilə uyğunluğun təmin edilməsidir.

Mənbə: "STR Global"

Bununla belə, turistlərin Bakı şəhərində orta qalma müddəti Avropa şəhərləri ilə müqayisədə hələ də aşağıdır. Belə ki, statistik göstəricilərə əsasən, 2016-cı ilin ilk dörd ayı ərzində Bakı şəhərində yerləşən mehmanxanaların doluluq səviyyəsi 32 faiz olmuşdur ki, bu da Avropadakı mehmanxanaların orta göstəricisindən iki dəfə aşağıdır (şəkil 12). Doluluq səviyyəsinin aşağı olması qismən Bakıda yerləşdirmə vasitələrinin kütləvi turizmi deyil, daha çox işgüzar turizmi hədəfləməsi və buna müvafiq olaraq, 4 və 5 ulduzlu mehmanxanaların üstünlük təşkil etməsi ilə də izah edilə bilər.

Şəkil 12. Müxtəlif şəhərlər üzrə mehmanxanaların doluluq göstəriciləri

Şəkil: Bakıda 4 ulduzlu mehmanxanalar üstünlük təşkil edir ki orta doluluq dərəcəsi rəqib ölkələrdəki eyni tipli mehmanxanalarla müqayisədə geridə qalır



¹ 2015-ci il üzrə rəqəmlər nömrə qiymətləri əsasında hesablanmışdır.
Yataq sayına əsaslanan hesablamalar aşağıdakı kimi təsnifatlandırılıb: «təsnifatlandırılmayıb» – 21%, «<3 ulduz» 9%, «4+ ulduz» 70%

MəNBÖ: STR Global, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin İqtisadi İslahatlar Üzrə Köməkçisi Xidməti

| 16

1. Rəqəmlər mehmanxana nömrələrinin 2015-ci il üzrə qiymətləri əsasında hesablanmışdır.

Mənbə: "STR Global", Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

"Booking.com"^[97] -internet saytına nəzər saldıqda məlum olur ki, Bakı şəhəri üzrə gündəlik qiyməti 50 ABŞ dolları və daha aşağı olan 49 seçim, 20 ABŞ dolları və daha aşağı olan 5 seçim imkanı mövcuddur, lakin regionun digər şəhəri olan Tbilisidə eyni qiymətlərə, müvafiq olaraq, 184 və 33 seçim vardır. Eyni qaydada, evlərini səyahətçilərə kirayəyə verən yerli sakinlər üçün onlayn platforma olan "Airbnb.com" saytında Bakı üzrə 50 ABŞ dolları və ya daha aşağı qiymətə 96 seçim təklif edildiyi halda, Tbilisidə eyni qiymətə 400 seçim mövcuddur.^[98] -Uyğun qiymətə seçimlərin az olması Bakıya gələcək kütləvi turist qruplarının çoxunu bundan çəkindirə bilər.

Bununla belə, beynəlxalq təcrübəyə əsasən turistlərin mehmanxana, restoran və muzeylərdən tutmuş ticarət mərkəzləri, xüsusi ziyarət yerləri və yerli bazarlaradək fərqli təcrübələr təklif edən məkanlara cəlb olunduğunu əsas götürməklə qeyd etmək olar ki, Bakı şəhərinin mərkəzində belə təkliflər üçün bir sıra yer mövcuddur. Buna nümunə kimi aşağıdakıları göstərmək olar: 15 kilometr məsafədə Xəzər dənizi boyunca uzanan Dənizkənarı Milli Park, yüz illər əvvəl gedib çıxan tarixi ilə məşhur olan "İçərişəhər" Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu, Neftçilər prospekti boyunca tarixi binalarda yerləşən müxtəlif brend markalı mağazalar, Xəzər dənizində qayıqla üzmək imkanı təklif edən "Bakı Yaxta Klubu", həmçinin Bakı şəhərinin ətrafında "Qobustan" dövlət tarixi-bədii qoruğu, "Yanardağ" Dövlət Tarix-Mədəniyyət və Təbiət Qoruğu, "Atəşgah məbədi" Dövlət Tarix-Memarlıq Qoruğu və s. kimi turistlərin marağını cəlb edən yerlərə ekskursiyalar və s. Bakı şəhərində uyğun qiymətə yerləşdirmə vasitələri üzrə təklif olunan alternativləri artırmaqla Bakının görməli yerlərinə turist səfərlərinin çoxalmasına nail olmaq mümkündür.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 1.4.1: Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun turizm sektoruna ayıracığı maliyyə vəsaitinə dair tədbirlər planının hazırlanması

Daha geniş turizm bazarı üçün cəlbediciliyi artırmaq məqsədilə Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun vəsaitlərinin bir hissəsi turizm sektoruna yönəldilməklə, öz yaşayış məkanlarını kiçik mehmanxanalara çevirmək və ya müvafiq rayonlarda aşağı və orta səviyyəli mehmanxana inşa etmək arzusunda olan sahibkarlara dəstək verilməsi təmin ediləcəkdir.

Bu məqsədlə, hər ilin əvvəlində Sahibkarlığın İnkişafı Fondu tərəfindən turizm sektoruna ayrılacaq maliyyə vəsaitinin miqdarı müəyyən olunacaqdır. Bu istiqamətdə İqtisadiyyat Nazirliyi tərəfindən Dövlət Turizm Agentliyi ilə birlikdə kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsinə başlanılacaq və vəsaitlərin sərf edilməsi istiqamətlərinin, o cümlədən fəaliyyət və sahibkarlıq növlərinin siyahısının daha dəqiq müəyyənləşdirilməsi və gələcəkdə turizm sektorunun səmərəli fəaliyyətinin təşkili məqsədilə mehmanxana nümayəndəlikləri, turizm sektoruna aid kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinin nümayəndələri, beynəlxalq tərəfdaşlar və xarici investorlar, qeyri-hökumət təşkilatları, Büro, Sahibkarlığa Kömək Milli Fondu və digər aidiyyəti qurumlar arasında görüşlər və seminarlar təşkil ediləcəkdir. Sahibkarlığın İnkişafı Fondu tərəfindən turizm sektoruna ayrılacaq vəsaitlərin bölgüsünün bir üsulu həmin tədbirlərdə vəsaitin uyğun qiymətə yerləşdirmə vasitələri (evlərin mini mehmanxanalara çevrilməsi də daxil olmaqla) və turizm fəaliyyətləri

(məsələn, incəsənət, misgərlik məhsulları kimi məhsulların əllə hazırlanması) arasında bölüşdürülməsi üzrə illik limitin və hər bir benefisiarın alacağı məbləğin müəyyən edilməsi ola bilər. Bundan başqa, kredit alanların (o cümlədən alınan kreditə görə yaradılmış imkandan faydalananların) hədəf sayının illik olaraq müəyyən olunması, eyni zamanda turizm sahəsinin inkişafına dair yerli sahibkarların təqdim etdiyi investisiya layihələrinin Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaiti hesabına maliyyələşdirilməsi imkanları qiymətləndiriləcək və məqsədamüvafiq hesab edildiyi təqdirdə fəaliyyət planı hazırlanacaqdır.

Bütün bunlarla yanaşı, Büro tərəfindən gecəlmə üçün fərqli səviyyəli qiymətlərdən ibarət təkliflər siyahısının genişləndirilməsi, mehmanxanaların mövcud potensialının istifadəsiz qalmasının qarşısının alınması məqsədilə birbaşa xarici investisiyaların cəlb edilməsi istiqamətində də dəqiq səylər göstəriləcəkdir.

Tədbir 1.4.2: 2017–2020-ci illərdə Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun vəsaitindən istifadə üzrə təşviqat planının hazırlanması

Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun, Dövlət Turizm Agentliyinin və Büronun internet sahifəsində 2017–2020-ci illər üzrə turizm sektoruna yönəldiləcək vəsaitdən istifadə ilə bağlı təsdiq edilmiş təşviqat planı elan ediləcəkdir. Sahibkarlığın İnkişafı Fondu və Büro bu istiqamətdə aparıcı televiziya kanallarında, qəzet və internet sahifələrində reklamların yerləşdirilməsi və digər marketing tədbirlərini həyata keçirəcəkdir. Daha sonra Dövlət Turizm Agentliyi turizm sektoruna yönəldilmiş vəsaitlər üzərində nəzarət tədbirləri üzrə fəaliyyəti həyata keçirəcək və ildə iki dəfə maliyyə vəsaitindən istifadə və onun təsirləri ilə bağlı məlumatları ictimaiyyətə açıqlayacaqdır.

Tədbir 1.4.3: Azərbaycanın özünəməxsus dəyərlərinin və məhsullarının, o cümlədən sənətkarlıq nümunələrinin təşviqi üçün Bakı şəhərində müxtəlif tədbirlərin keçirilməsi

Büro Bakı şəhərində Azərbaycanın özünəməxsus dəyərlərinin və məhsullarının təşviqini həyata keçirəcəkdir. Bu istiqamətdə Büro Bakı şəhərinin mövcud turizm potensialının daha da gücləndirilməsi məqsədilə İçərişəhər və Dənizkənarı Milli Park boyunca suvenir dükanlarının, əsas küçələr boyunca musiqi, rəqs və digər bədii fəaliyyətlərin təşkilinə, yerli rəqslər kimi əyləncə fəaliyyətləri təklif edən yerli restoranların artırılmasına, Xəzər dənizinə gündəlik yaxta turları kimi bir sıra xidmətlərin inkişafını dəstəkləyən layihələrin həyata keçirilməsinə dair tədbirlər planı hazırlayacaqdır. Əsas məhsul qruplarının və yerlərin müəyyən edilməsi məqsədilə Büro Bakı şəhərində və ya ətraf regionlarda sənətkarların və bələdiyyə nümayəndələrinin iştirakı ilə əlavə tədbirlər təşkil edəcək, bu cür məhsullara turistlərin marağının artırılması üçün həmin məhsulların 1.3-cü prioritetdə müəyyən edilmiş marketing tədbirlərinə daxil edilməsi ilə bağlı tədbirlər görəcək və işlərin təkmilləşdirilməsi üzrə müxtəlif istiqamətli dəstək tədbirlərini nəzərdən keçirəcəkdir.

Tədbir 1.4.4: 2020-ci ildən sonra çimərlik turizminin təşviqi üzrə fəaliyyət planının hazırlanması

Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən Büro və aidiyyəti dövlət qurumlarının iştirakı ilə işçi qrup formalaşdırılacaq, Bakı şəhəri və ətraf ərazilərdə, eləcə də Xəzər dənizi sahilı boyu ərazilərdə çimərlik turizminin inkişafı üzrə tədqiqatlar aparılacaqdır. Ehtiyac yaranarsa, xarici və yerli məsləhətçi şirkətlər də bu iş cəlb olunacaqdır. Tədqiqatın nəticəsinə müvafiq olaraq, investorların cəlb edilməsi, infrastrukturun formalaşdırılması və digər tədbirlərin həyata keçirilməsi üzrə fəaliyyət planı işlənib hazırlanacaqdır.

Tədbir 1.4.5: Bakı üçün iri flaqman layihələrin dəyərləndirilməsi

Büro Bakıda turizm məkanlarının sayını artırmaq məqsədilə bir neçə iri layihənin texniki-iqtisadi əsaslandırılmasını hazırlayacaq və potensial mənfəətlərin qiymətləndirilməsini həyata keçirəcəkdir. Bakıda iri turizm məkanlarının yaradılması, o cümlədən Bakı və Azərbaycan üzrə miniatur abidələr parkı kimi unikal təkliflərin işlənib hazırlanması təmin ediləcəkdir.

Tədbir 1.4.6: "Duty free" dükanları da daxil olmaqla məqsədli infrastrukturun formalaşdırılması

Dövlət Turizm Agentliyi turist xidmət paketlərinin yenilənməsini nəzərdə tutan 1.2-ci prioritetin icrası istiqamətində bir sıra hədəflənmiş infrastruktur layihələrini həyata keçirə bilər. Rusiya ilə Azərbaycan sərhədində "duty free" ticarət mərkəzlərinin tikilməsi bu sahədə həyata keçirilməsi planlaşdırılan ilk layihə olaraq dəyərləndiriləcəkdir.

Tədbir 1.4.7: Məşhur brend mehmanxanaların Bakı şəhərində tikilməsinə şərait yaradılması

Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən məşhur brend mehmanxanaların, o cümlədən xarici investorlar tərəfindən Bakı şəhəri və ətraf ərazilərdə mehmanxana tikintisinin ölkə iqtisadiyyatına olan təsirləri nəzərə alınmaqla, məşhur brend mehmanxanaların ölkəyə cəlb edilməsi istiqamətində fəaliyyət planı hazırlanacaqdır. Bu tədbirlər nəticəsində mehmanxanalar arasında rəqabət arta və bu da öz növbəsində qiymətlərin azalmasına və xidmət səviyyəsinin artımına səbəb ola bilər.

Tədbir 1.4.8: Universitet yataqxanalarının yay aylarında uyğun qiymətə yerləşdirmə vasitəsi olaraq turistlərə təklif edilməsi istiqamətində təkliflərin hazırlanması və təşviqi

Büro tərəfindən müvafiq dövlət qurumlarının razılığı əsasında yay tətili dövründə Bakıda yerləşən və müasir tələblərə cavab verən universitet yataqxanalarının uyğun qiymətə turist yerləşdirmə obyektləri kimi istifadəsinə dair təkliflər hazırlanacaq və aidiyyəti dövlət qurumları tərəfindən məqsəduyğun hesab ediləcəyi təqdirdə, müvafiq tədbirlərin həyata keçirilməsinə və təşviqinə başlanılacaqdır.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Təşəbbüslərin 2020-ci ildə uyğun qiyməti üstün tutan turist səfərləri vasitəsilə birbaşa 45 milyon manat və dolay 25 milyon manat olmaqla, ümumilikdə real ÜDM-də 70 milyon manat artım potensialına malik olacağı və 2020-ci ildə uyğun qiymətə olan yerləşdirmə otaqlarının ümumi otaqlarda payının hazırkı 30 faiz səviyyəsində qalacağı, eləcə də 2020-ci ildə ümumilikdə 6200 olmaqla, bilavasitə turizm sektorunda 4500 yeni iş yerinin yaradılacağı proqnozlaşdırılır.

Əsas icra göstəricisi:

265 min turistin uyğun qiymətə yerləşdirmə vasitələrində yerləşdirilməsidir. Bu turistlərin yerləşmə və istirahət üzrə xərclərinin hazırda Azərbaycanda turistlər tərəfindən xərclənilən məbləğin 70 faizini təşkil edəcəyi proqnozlaşdırılır.

Tələb edilən investisiya

Yeni obyektlərin və potensial olaraq flaqman layihənin inşası üçün 100 milyon manat ümumi investisiya tələb olunacaqdır.

Gözlənilən risklər

Sahibkarlığın İnkişafı Fondu tərəfindən vəsaitin ayrılması zamanı yarana biləcək çətinliklər və həmin vəsaitlərin aidiyyəti üzrə sərf edilməməsi bu prioritetin həyata keçirilməsində qarşıya çıxacaq ən böyük risklərdəndir. ^[119]

7.2. Strateji hədəf 2. Turizm sektorunun inkişafı üçün ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılması

Beş əsas mexanizm Azərbaycanın qlobal və regional turizm bazarında daha böyük paya sahib olması üçün əlavə imkanlar yaradacaqdır. Bu mühüm təkanverici mexanizmlər Azərbaycanın turizm üzrə prioritetlərinin gerçəkləşdirilməsi baxımından əsas olacaqdır.

7.2.1. Prioritet 2.1. Turizm sektorunda koordinasiyanın təşkili ^[120]

Əsaslandırma

Bu Strateji Yol Xəritəsində müəyyən edilmiş tədbirlərin icrası bu sahədə maraqlı tərəflər arasında daha çevik əlaqələndirmənin mövcud olmasını zəruri edir. Hazırda prioritetlərin gerçəkləşdirilməsi məqsədilə islahatların aparılması müvafiq dövlət qurumlarının səlahiyyətindədir. Bundan əlavə, islahatların effektivliyini və operativliyini yüksəltmək üçün bu prosesdə özəl sektorun və vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarının iştirakı da zəruridir.

Turizm sektorunda islahatlar aparan əksər ölkələrdə bu sahədə qəbul edilən xüsusi proqramların əlaqələndirilməsi və onların icrasının təmin edilməsi məqsədilə milli turizm agentlikləri yaradılmışdır. Milli turizm agentliklərinin qazandığı uğurlarla bağlı bir sıra ölkələri, o cümlədən Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, İtaliya, İspaniya və Türkiyəni misal göstərmək olar. Azərbaycanda da 2001-ci ildən turizm sahəsində dövlət siyasəti Azərbaycan Respublikasının Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi 2018-ci ilin aprel ayından isə Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən icra olunur. Bu mərhələdə turizm sahəsində siyasətin və islahatların uğurla həyata keçirilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Turizm Şurasının formalaşdırılması zərurəti yaranmışdır.

Buna müvafiq olaraq, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin "Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafı ilə bağlı əlavə tədbirlər haqqında" 2016-cı il 1 sentyabr tarixli 2295 nömrəli Sərəncamına əsasən, ölkədə turizm sahəsində mövcud vəziyyətin təhlil edilməsi, bu sahədə olan problemlərin aradan qaldırılması üçün müvafiq tədbirlərin görülməsi, turizm sahəsində dövlət orqanlarına həvalə edilmiş vəzifələrin icrasının əlaqələndirilməsi məqsədilə Azərbaycan Respublikasının Turizm Şurası (bundan sonra – Turizm Şurası) yaradılmışdır.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 2.1.1: Turizm Şurasının fəaliyyətinin təmin edilməsi

Turizm Şurası öz fəaliyyətini Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Fərmanı ilə təsdiq olunması nəzərdə tutulan əsasnamə və tərkib əsasında təşkil edəcək və təsdiq ediləcək əsasnamədə Turizm Şurasının məqsədləri, funksiyaları, vəzifələri və katibliyi müəyyən ediləcəkdir.

Tədbir 2.1.2: Turizm sektorunun inkişafı istiqamətində düzgün koordinasiyanın qurulması məqsədilə işçi qrupların yaradılması

Dövlət Turizm Agentliyi turizm sektorunun inkişafı istiqamətində müxtəlif dövlət qurumlarının nümayəndələrindən ibarət işçi qruplar yaradacaqdır. İşçi qrupların işinə, ehtiyac olduqda, yerli və xarici ekspertlər, özəl sektor və vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarının nümayəndələri də cəlb oluna bilər. Turizm sahəsində stimullaşdırıcı tədbirlərin, o cümlədən turizm investisiya layihələrinin dəstəklənməsi imkanlarının, vergi, gömrük güzəştləri və imtiyazlarının dəqiq müəyyən edilməsi üçün əlaqədar tərəflərin iştirakı ilə turizmin təşviqi üzrə işçi qruplar yaradılacaqdır.

Tədbir 2.1.3: Strateji Yol Xəritəsinin prioritetlərinin nəzərdən keçirilməsi və icrasına başlanılması üçün mövcud proqramlara zəruri dəyişikliklərin edilməsi məqsədilə təkliflərin verilməsi

Dövlət Turizm Agentliyi bu Strateji Yol Xəritəsinin prioritet istiqamətlərini nəzərdən keçirəcək və onların icrasına başlamaq məqsədilə mövcud proqramlara zəruri dəyişikliklərin edilməsi ilə bağlı təkliflərini təqdim edəcəkdir. Şura tərəfindən qısamüddətli perspektivdə müvafiq tərəfdaşlar üçün icra prioritetləri müəyyən ediləcək, həmin prioritetlərin həyata keçirilməsi və iştirakçılar tərəfindən aşkarlanan çatışmazlıqların aradan qaldırılması istiqamətində tədbirlər görülməkdir.

Tədbir 2.1.4: Prioritetlərin həyata keçirilməsi üçün monitorinq sisteminin yaradılması

Dövlət Turizm Agentliyi prioritetlərin icrası məqsədilə monitorinq sistemi yaradaraq, işlərin gedişatına dair müntəzəm məlumatları toplayacaq və mütəmadi şəkildə ictimaiyyətə açıqlayacaqdır.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Turizm Şurasının yaradılması bu Strateji Yol Xəritəsinin prioritetlərinin həyata keçirilməsi sahəsində nəzərdə tutulan məqsədlərə nail olunmasında mühüm rol oynayacaqdır. Şura bütün digər prioritetlər üçün aparıcı mexanizm rolunu oynadığına görə real ÜDM və məşğulluqda birbaşa təsir yaratmayacaqdır.

Tələb edilən investisiya

Bu prioritetin icrası üçün əsaslı investisiya qoyuluşu tələb edilmir.

Gözlənilən risklər

Bu prioritet üzrə əsas risk faktoru prioritetlərin icrası ilə bağlı tələb edilən əlaqələndirmənin gözlənilən qədər səmərə verməməsi ola bilər.

7.2.2. Prioritet 2.2. Turizm və rekreasiya zonalarının (TRZ) yaradılması

Əsaslandırma

Bu Strateji Yol Xəritəsi iki əsas məqsəd üzərində qurulmuşdur: sektor üzrə əsas stimullaşdırıcı mexanizmlərə əlavə olaraq, ixtisaslaşmış turizm sahələri üzrə Bakı və regionların inkişaf etdirilməsi. Nəzərdə tutulan məqsədlərin əldə olunması və prioritetlərin uğurlu icrası sektorun inkişafına məqsədyönlü yanaşmadan asılıdır. Bundan əlavə, regionların sürətli inkişafına uyğun olaraq effektiv idarəetmənin formalaşdırılması və hər bir regionun coğrafi mövqeyi nəzərə alınmaqla xüsusi tədbirlərin həyata keçirilməsi zəruridir. Bu yanaşmalardan biri də turizm potensialı zəngin olan müvafiq ərazilərdə turizm və rekreasiya zonalarının (bundan sonra – TRZ) yaradılmasıdır.

TRZ-lərin yaradılması müvafiq ərazilərdə ətraf mühitin və mədəni irsin mühafizəsinə, bölgənin turizm potensialından kompleks və səmərəli istifadə olunmasına, investisiya üçün əlverişli şəraitin formalaşdırılmasına, regionlarda yeni iş yerlərinin açılmasına, xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsinə, məhsul çeşidinin artırılmasına, turizmə dair statistik məlumatların tam şəkildə toplanılmasına, idarəetmə, tənzimləmə və əlaqələndirmə tədbirlərinin daha səmərəli həyata keçirilməsinə, müasir standartlara cavab verən, müxtəlif çeşidli və yüksək keyfiyyətli infrastrukturun yaradılmasına imkan verir.

Beləliklə, turizmin inkişafı üçün əlverişli ərazilərdə TRZ-lərin yaradılması, idarəetmə strukturunun formalaşdırılması və mövcud TRZ-lərin inkişafı məqsədilə bir sıra tədbirlər həyata keçiriləcəkdir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 2.2.1: TRZ-lərin idarəetmə strukturunun yaradılması

Dövlət Turizm Agentliyi TRZ-lərin idarə olunması məqsədilə müvafiq qaydalara uyğun idarəetmə strukturu yaradacaqdır. TRZ-lər üzrə idarəetmə strukturuna müvafiq dövlət qurumlarının, yerli bələdiyyələrin, hər bir zonaya daxil olan sahibkarlıq subyektlərinin nümayəndələri, eləcə də ərazidəki torpaq sahibləri daxil ediləcəkdir. İdarəetmə strukturuna daxil olan sahibkarlıq subyektlərinin seçimi zamanı turizm və rekreasiya zonalarında turizm fəaliyyətinə daha önəmli töhfəsi olan nümayəndələrə üstünlük verəcəkdir.

Tədbir 2.2.2: TRZ-lərdə fəaliyyətin turizm klasterinə uyğun qurulması

Dövlət Turizm Agentliyi TRZ-lərin ərazisində olan turizm potensialından daha səmərəli istifadəni təmin etmək üçün hər bir zona üzrə makro səviyyədə turizm klasterini müəyyən edən strateji planın hazırlanmasını təmin edəcəkdir. Turizm klasterinə uyğun olaraq zonaların baş və cari planları hazırlanacaq və turizmin inkişafında marağı olan tərəfdaşların təklifləri nəzərə alınacaqdır. TRZ-lərdə turizm klasterinə uyğun turizm xidməti infrastrukturunun yaradılması bu məkanda davamlı fəaliyyəti, səmərəli idarəetməni, keyfiyyətli xidməti və turistlər üçün cəlbediciliyi artıracaqdır.

Tədbir 2.2.3: TRZ-lərin inkişaf etdirilməsi

İdarəetmə strukturu 2.2.2-ci tədbirdə qeyd edilmiş baş və cari inkişaf planlarının işlənilib hazırlanmasını təmin edəcəkdir. Bu planlar özündə davamlılıq prinsipinə uyğun turizm infrastrukturunun inkişafını, özəl sektor tərəfindən investisiya qoyuluşuna üstünlük verməklə maliyyə mənbələrinin müəyyən edilməsini və cəlb olunmasını, eləcə də marketing və kommunikasiya ilə bağlı tədbirləri əhatəli şəkildə ehtiva edəcəkdir. *Dövlət Turizm Agentliyi* müvafiq nəzarət mexanizmini formalaşdıraraq baş və cari inkişaf planlarının icrasına nəzarəti təmin edəcəkdir.

Tədbir 2.2.4: TRZ-lər üçün illik inkişaf planlarının işlənilib hazırlanması və dərc edilməsi

İdarəetmə strukturu TRZ-lər üçün illik inkişaf planlarını işləyib hazırlayacaq və dərc edəcəkdir. Belə inkişaf planları turizm infrastrukturunun inkişafı üçün müfəssəl fəaliyyət planlarını özündə əks etdirəcək, eyni zamanda özəl sektorun inkişafı və marketing məqsədləri üzrə maliyyə vəsaitinin ayrılmasını nəzərdə tutacaqdır.

Tədbir 2.2.5: Yeni TRZ-nin yaradılması ilə bağlı təhlillərin aparılması

Dövlət Turizm Agentliyi Azərbaycanın qərb, şimal-qərb və cənub istiqamətlərində turizm potensialı zəngin olan ərazilərin TRZ kimi müəyyən edilməsi məqsədilə araşdırma aparacaqdır. Bu araşdırmalar nəticəsində zonanın strateji məqsədləri müəyyən ediləcək və regionlarda turizm növlərinin inkişafı ilə bağlı bu Strateji Yol Xəritəsində öz əksini tapmış məqsədlərə uyğun olaraq TRZ-nin dəqiq coğrafi əhatə dairəsi və funksional istiqaməti təsvir olunacaqdır.

Tədbir 2.2.6: İllik inkişaf planlarının icrası üçün monitoring mexanizminin yaradılması

Dövlət Turizm Agentliyi illik inkişaf planlarının icrası üçün monitoring mexanizmi yaradaraq, strateji məqsəd, hədəf və əsas icra göstəricilərinə nail olmaq istiqamətində lazımı yoxlama tədbirlərini həyata keçirəcəkdir.

Gözlənilən nəticələr və nəticə indikatorları

TRZ-lərin turizm klasterinə uyğun yaradılması bu Strateji Yol Xəritəsinin məqsədlərinə nail olmaq üçün əsas amildir və onların yaradılmasına, idarə edilməsinə, eləcə də inkişafına əsaslı investisiya qoyuluşları tələb olunur.

Bu strateji istiqamət üçün əsas mərhələ müvafiq dövlət qurumu tərəfindən TRZ-lərin yaradılması, onların cari inkişaf planlarının hazırlanması və nəzarət mexanizminin formalaşmasından ibarətdir. Nəzarət sisteminin tərkibi hissəsi kimi müəyyən edilmiş əsas fəaliyyət göstəriciləri həmçinin strateji istiqamətin özü üçün əsas fəaliyyət göstəriciləri kimi qəbul ediləcəkdir.

Tələb edilən investisiya

Şimal bölgəsində Xızı-Xaçmaz, Quba və Qusar turizm və rekreasiya zonalarında 4 min nəfərlik yataq yeri olan turizm mərkəzinin fəaliyyət planlarının hazırlanması, dizayn planlanması və layihənin idarə edilməsi üçün ilkin mərhələdə tələb olunan vəsait 1,8 milyon manat təşkil edir. Qərb, şimal-qərb və cənub regionlarında yeni turizm və rekreasiya zonalarının elan olunması məqsədilə ərazilərin müəyyən edilməsi, 1:25000 miqyasında topoqrafik xəritələrin, mülkiyyət məlumatları olan kadastr xəritələrinin, yer quruluşu xəritələrinin və zonaların iqtisadi əsaslandırılmasının, eləcə də makro inkişaf planının hazırlanması üçün 1 milyon manat vəsait tələb olunur.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetlərin həyata keçirilməsi zamanı maliyyə çətinliklərinin olması əsas risk yaradan faktorlardandır.

7.2.3. Prioritet 2.3. Yerli və xarici turistlər üçün turizm təqvimində mövsümlilik problemini regional səviyyədə aradan qaldıran turizm xidməti infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi**Əsaslandırma**

Dövri olaraq ilin fəsillərinin dəyişməsinə görə turizm sektoru mövsümi təsirlərə məruz qalır və bununla əlaqədar olaraq turizm səfərləri yüksək, orta və aşağı mövsüm dövrlərinə ayrılır. Təbii iqlim faktorlarından əlavə, yüksək turizm mövsümləri həmçinin milli və dini bayramlar, tətillər, kütləvi idman və digər tədbirlər zamanı da müşahidə olunur. İstər təbii iqlim, istərsə də digər amillərdən meydana gələn yüksək, orta və aşağı turizm mövsümlərində turizm sənayesi müəyyən çətinliklərlə (yüksək mövsümdə qiymətlərin bahalaşması, turizm mərkəzlərinin həddən artıq yüklənməsi, aşağı mövsümlərdə isə gəlirlərin azalması, işsizlik və s.) üzləşir.

Hazırda xarici turistlər Azərbaycana daha çox yay və qış fəsillərində, Novruz bayramında və bəzi beynəlxalq tədbirlərin keçirildiyi dövrlərdə gəlirlər. Belə ki, Azərbaycanda ənənəvi yay turizm mövsümü, 2012-ci ildən isə həm də qış turizm mövsümü vardır. Daxili turizm də əsasən qeyd olunan dövrdə, həmçinin ölkədə rəsmi bayram günlərində və həftəsonu fəal olur. Halbuki Azərbaycanın əksər turizm növləri üzrə turistləri bütün il boyu cəlb etmək imkanları vardır. Bu məqsədlə turizm sektorunun səmərəliliyini və keyfiyyət göstəricilərini yüksəltmək üçün mövsümlilik problemi həll olunmalıdır ki, bu da mövcud resurslardan daha optimal istifadə üçün çox zəruridir. Bir sözlə, turizm sahəsində mövsümlilik probleminin həlli üçün müvafiq tədbirlər həyata keçiriləcəkdir.

Görüləcək tədbirlər***Tədbir 2.3.1: İlk növbədə Bakı şəhərinin, daha sonra isə bütün ölkənin turizm təqviminin hazırlanması***

Dövlət Turizm Agentliyi Büro ilə birlikdə ilk öncə Bakının, sonra isə ölkənin vahid turizm təqviminin hazırlanmasını və bu təqvim vasitəsilə şəhərlərə turistlərin bütün mövsümlərdə daha planlı və koordinasiya olunmuş şəkildə gəlməsini təmin etməyə çalışacaqdır. Turizm təqvimi bütün il boyu Bakıda turistlərin marağına səbəb ola biləcək yerli tədbirlərin və ölkəyə ən azı 20 xarici ölkədən turistlərin gəlməsini nəzərdə tutan beynəlxalq tədbirlərin keçirilməsini özündə əks etdirən sənəd olacaqdır. Bakı şəhərinin turizm təqvimi bütün aidiyyəti qurumlara göndiriləcək sorğulara verilən cavablar əsasında tərtib olunacaq, daha sonra yeni tədbirin keçirilməsi planlaşdırıldığı halda təqvimə əlavə edilməsi üçün müvafiq dövlət qurumuna dərhal məlumat verəcəkdir. Hər il üçün turizm təqviminin tərtib olunmasına əvvəlki ilin ikinci yarısından başlanacaq və turizm təqvimi 1 yanvar tarixindən etibarən Azərbaycan Respublikasının dövlət mülkiyyətində olan internet resurslarının əsas sahifəsində, Büronun onlayn platformasında diqqəti cəlb edən hissədə yerləşdiriləcəkdir. Turizm təqvimi ən azı BMT-nin rəsmi dillərinə, Azərbaycan Respublikasının xarici ölkələrdəki diplomatik nümayəndəliklərində isə əlavə olaraq həmin ölkələrin yerli dillərinə tərcümə olunub yayımlanacaqdır. Turizm təqviminin tərtib olunması və onunla bağlı bütün məsələlər müvafiq qaydalara əsasən həll olunacaq və Bakı şəhəri və regionlar üzrə təqvimin hazırlanması planı nəzərdən keçiriləcəkdir. Buna müvafiq olaraq, 2017-ci ildən Bakı şəhərinin, 2018-ci ildən isə bütün ölkənin turizm təqvimi hazırlana bilər.

Tədbir 2.3.2: Müxtəlif turizm növləri üzrə (sağlamlıq, ekoloji, işgüzar, kənd və s.) turistlərin aşağı turizm mövsümü dövründə gəlməsinin təşviqi

Aşağı turizm mövsümü dövründə 3.1-ci prioritetlə müəyyən edilmiş sağlamlıq turizmi imkanlarından daha çox istifadə olunacaq, 3.5-ci prioritetə müvafiq olaraq milli parklara aşağı turizm mövsümü vaxtı daha cəlbədiici təkliflərlə girişin təmin edilməsi və həmin prioritetdə təklif edilən tədbirlərin və turların qeyri-mövsümi dövrdə marketing tədbirlərinə daxil edilməsi, eləcə də kənd turizminə olan marağın kənd təsərrüfatı məhsullarının məhsul yığımı dövründə genişləndirilməsi həyata keçiriləcəkdir. 3.4-cü prioritetə əsasən, ölkədə gələcəkdə beynəlxalq tədbirlərin, ilk növbədə, Azərbaycan üçün qeyri-ənənəvi turizm mövsümlərində keçirilməsi və ölkədə keçirilən ənənəvi tədbirlərin, imkan daxilində, turizm baxımından daha az turistin gəldiyi dövrə çəkilməsi siyasətinin həyata keçirilməsi imkanları araşdırılacaq və təkliflər hazırlanacaqdır.

Tədbir 2.3.3: Azərbaycan Respublikasında turizmin təşviqi siyasətində mövsümliliyi azaldan tədbirlərin və layihələrin xüsusi olaraq dəstəklənməsinin təmin edilməsi

1.4-cü prioritetə əsasən turizm sektoruna ayrılacaq maliyyə vəsaitinin daha çox mövsümliliyi azaldan turizm layihələrinin maliyyələşdirilməsinə yönəldilməsinə üstünlük veriləcəkdir. Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən aşağı turizm mövsümü dövründə turizm sənayesi subyektləri üçün güzəştlərin tətbiqi imkanları araşdırılaraq müvafiq təkliflər hazırlanacaqdır.

Tədbir 2.3.4: Bakı şəhərinin marketing tədbirlərində qeyri-mövsümliliyə üstünlük verilməsi

1.1-ci prioritetə əsasən Bakı şəhəri üçün 2017–2020-ci illər üzrə hazırlanacaq marketing və kommunikasiya planında 1.3-cü prioritetə əsasən hədəf ölkələrdən olan xarici turistlərin Azərbaycana aşağı turizm mövsümü dövrlərində gəlişini dəstəkləyən təbliğat-təşviqat tədbirlərinə üstünlük veriləcəkdir.

Tədbir 2.3.5: Ov mövsümünün müvafiq tələblər gözlənilməklə aşağı turizm mövsümünə çəkilməsi

Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi tərəfindən ov mövsümünə aşağı turizm mövsümü dövründə icazələrin verilməsi üçün müvafiq araşdırmalar aparılacaq və ovlanması mümkün olan heyvanların siyahısı tərtib olunacaqdır. Turistləri cəlb etmək üçün bu heyvanların aşağı turizm mövsümü dövründə ovlanması təklif olunacaqdır.

Tədbir 2.3.6: TRZ-lərdə qeyri-mövsümi turizmin təşviqi

2.1-ci prioritetə müvafiq olaraq TRZ-lərin yaradılması, onların baş planlarının hazırlanması, turizm klasterlərinin yaradılması zamanı daha çox həmin ərazilərdə mövsümliliyi azaldacaq tədbirlərin keçirilməsinə üstünlük veriləcəkdir.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Bu prioritet Strateji Yol Xəritəsində nəzərdə tutulan digər prioritetlərin həyata keçirilməsi vasitəsilə nəzərdə tutulan məqsədlərə nail olunmasında mühüm rol oynayacaq, lakin ÜDM-ə və məşğulluğa birbaşa təsir etməyəcəkdir.

Tələb edilən investisiya

Bu prioritetin icrası üçün böyük maliyyə vəsaiti tələb edilmir.

Gözlənilən risklər

Bu prioritet üzrə xüsusi risk faktoru mövcud deyildir.

7.2.4. Prioritet 2.4. Viza rəsmiləşdirilməsi proseslərinin və sərhəd keçid prosedurlarının sadələşdirilməsi və sürətləndirilməsi**Əsaslandırma**

Milli təhlükəsizliyi təmin etmək məqsədilə Azərbaycan Respublikasının viza tələbləri region ölkələri ilə müqayisədə daha sərt (şəkil 13). Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri (BƏƏ) vətəndaşlarına Azərbaycan Respublikasının bütün beynəlxalq statuslu hava limanlarında sadələşdirilmiş viza rəsmiləşdirilməsinin təmin edilməsi ölkə üçün müsbət nəticələr vermişdir. Belə ki, ötən ilin müvafiq dövrü ilə müqayisədə 2016-cı ilin iyul ayında BƏƏ-dən Azərbaycana səfər edən xarici vətəndaşların sayında on dəfədən çox artım müşahidə edilmişdir. Bu dəyişiklik ölkədə turizmi daha da inkişaf etdirmək üçün viza proseslərinin asanlaşdırılması baxımından vacib göstəricidir.

Şəkil 13. Azərbaycan və regionun bir neçə ölkəsi tərəfindən əsas turizm tələb ölkələrinə tətbiq olunan viza tələbləri

✓ Sərhəddə viza tələbi və ya viza tələbinin olmaması ✗ Əvvəlcədən viza tələbi

Azərbaycan üzrə əsas tələb ölkələri		Azərbaycan	Türkiyə	Gürcüstan
Qonşu ölkələr	Rusiya			
	Türkiyə	✓	✓	✓
	Gürcüstan			
	İran ¹	✗	✓	✓
Körfəz ölkələri	BƏƏ			
	Qatar	✓	✓	✓
	Səudiyyə Ərəbistanı			
	Bəhreyn İraq	✗	✗	✗
Kütləvi turizm ölkələri	Aİ			
	BK	✗	✓	✓
	ABŞ			
	Kanada			
	Çin	✓	✓	✓
	Yaponiya	✓	✓	✓
MDB ölkələri	Qazaxıstan			
	Özbəkistan			
	Belarus	✓	✓	✓
	Ukrayna			
	Türkmənistan	✗	✓	✓

1. Naxçıvan Muxtar Respublikası istisna olmaqla

Əsas tələb ölkələrinin əksəriyyətindən Azərbaycana səfər üçün əvvəlcədən vizanın alınması tələb olunsun da, "Elektron vizaların verilməsi prosedurunun sadələşdirilməsi" və "ASAN Viza" sisteminin yaradılması haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2016-cı il 1 iyun tarixli 923 nömrəli Fərmanı Azərbaycanda elektron vizanın verilməsi prosesinin yaxşılaşdırılmasına imkan vermişdir.

Quru yolu ilə sərhəd buraxılış məntəqələrində xüsusən turizm mövsümündə, eləcə də bayram günlərində ölkəmizə turizm və digər məqsədlərlə səfər edən həm əcnəbi, həm də vətəndaşlığı olmayan şəxslərin çoxluq təşkil etməsi, həmçinin ölkə vətəndaşlarının bu dövrlərdə qonşu ölkələrə səfər etmələri və bəzi sərhəd buraxılış məntəqələrində iş vaxtının qısa olması gözləmə hallarının yaranmasına, vaxt itkisinə, bu da öz növbəsində sıxlığın yaranmasına səbəb olur.

Azərbaycanda dövlət sərhəd buraxılış məntəqələrində turistlərin keçidinin rahat və sürətli şəkildə təşkil edilməsi, quru və dəniz yolu ilə ölkəyə daxil olan əcnəbilərə sərhəd keçid məntəqələrində viza rəsmiləşdirilməsinin həyata keçirilməsi və s. məsələlərin tənzimlənməsinə ehtiyac vardır.

Bu dəyişikliklər ölkədə turizm sektorunu daha da inkişaf etdirmək və xarici turist səfərlərinin sayını artırmaq üçün viza proseslərinin və sərhəd keçid prosedurlarının asanlaşdırılması baxımından vacib göstəricidir.

Beləliklə, milli təhlükəsizlik məsələləri nəzərə alınmaqla, ölkənin turizm sektoru üçün 1.3-cü prioritetdə hədəf olaraq müəyyənləşdirilmiş ölkələrdən gələn turistlərə qoyulan viza tələblərinin asanlaşdırılması, həmçinin elektron viza prosesinin daha da sadələşdirilməsi və sürətləndirilməsi, eləcə də sərhəd buraxılış məntəqələrində sürətli keçidin təmin edilməsi üzrə müvafiq addımların atılması üçün bir sıra tədbirlər görülməkdir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 2.4.1: Beynəlxalq hava limanlarında, eləcə də bütün sərhəd buraxılış məntəqələrində viza verilməsi mexanizminin asanlaşdırılmasının nəzərdən keçirilməsi

Mövcud şəraitə uyğun olaraq, ölkənin turizm potensialından maksimum səviyyədə bəhrələnmək məqsədilə, əsas və potensial turizm bazarları hesab olunan ölkələrdən gələn turistlərə vizaların verilməsini qiymətləndirmək üçün aidiyyəti dövlət qurumları birgə iş aparacaqdır. Bu cür qiymətləndirmə təhlükəsizlik məsələlərini də əhatə edəcəkdir. Bu məqsədlə *Dövlət Turizm Agentliyinin daxilində* işçi qrup yaradılacaq və həmin işçi qrup təhlükəsizlik maraqlarını nəzərə almaqla müəyyən hədəf ölkələrdən olan turistlər üçün viza verilməsi prosedurlarının yenilənməsi üzrə təkliflər verəcəkdir. Viza verilməsinin faydalarının, risklərinin və riskyumşaldıcı metodların müəyyən edilməsi üçün beynəlxalq təcrübə təhlil olunacaqdır. Eyni zamanda, Azərbaycana dayə-qulluqçuları ilə birgə səyahət edən ailələr (əsasən Yaxın Şərq ölkələrindən) üçün qeyri-millətlərdən olan həmin dayə-qulluqçulara tətbiq edilən viza proseslərinin sadələşdirilməsi imkanı nəzərdən keçiriləcəkdir. Bununla əlaqədar olaraq, əgər həmin şəxslərin işlədikləri ölkədə müvafiq iş icazəsi varsa, Azərbaycanda həmin işçilər üçün hava limanında viza verilməsi məsələsinə baxılacaqdır. Təhlillər nəticəsində əldə olunan tövsiyələrə uyğun olaraq, müvafiq dövlət orqanları ölkələrə aid zəruri dəyişiklikləri tətbiq edəcəkdir. Nəticələr Xarici İşlər Nazirliyinin internet sahifəsi, qəzetlər və digər kanallar vasitəsilə dərc olunacaq, rəsmi kütləvi informasiya vasitələrində aidiyyəti ölkələrə çatdırılacaqdır. ^[121]

Tədbir 2.4.2: Ölkəyə daxil olan turistlərə xidmət məqsədilə viza ilə bağlı formaların doldurulması və ödəmənin həyata keçirilməsi üçün özləndirilmə köşklərinin istifadəyə verilməsi

Azərbaycanda hava limanında və digər sərhəd buraxılış məntəqələrində vizaların verilməsində bir sıra yeniliklər tətbiq ediləcəkdir. Belə ki, viza alınması üzrə formaların birbaşa ölkəyə giriş məntəqələrindəki köşklərdə doldurulması imkanı saxlanılmaqla, aidiyyəti dövlət qurumları tərəfindən viza üzrə özləndirilmə köşklərinin quraşdırılması kimi innovativ metodların tətbiqi təmin ediləcəkdir. Bu istiqamətdə ödənişlər kredit kartı vasitəsilə də qəbul ediləcəkdir. Burada əsas məqsəd region ölkələrində olduğu kimi, Azərbaycanda da elektron vizanın verilməsi vaxtını iki iş gününə qədər azaltmaqdır.

Tədbir 2.4.3: Elektron vizanın verilməsi prosesinin təkmilləşdirilməsi

"ASAN Viza" sistemi Azərbaycana gələn turistlərə turizm agentliklərinin iştirakı olmadan birbaşa viza almağa şərait yaradacaqdır. Həmçinin aidiyyəti dövlət qurumlarının birgə fəaliyyəti nəticəsində turist vizalarının verilməsi prosesi sadələşdiriləcəkdir. Belə ki, imzalı və möhürlü mehmanxana təsdiqinə, istirahət məqsədilə səfər edən turistlər üçün aidiyyəti dəvət məktubunun və bəyannamənin doldurulmasına qoyulan tələblərə yenidən baxılacaq, sənədlərin elektron versiyasının təqdim edilməsi və tam sahifəlik vizalar əvəzinə möhürlənmiş vizaların verilməsi prosedurlarının icrasına başlanılacaqdır.

Yaradılmış işçi qrup elektron viza sisteminin asanlıqını və çevikliyini artırmaq üçün Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi ilə birgə işləyəcəkdir.

Tədbir 2.4.4: Sərhəd buraxılış məntəqələrində əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sürətli keçidinin təmin edilməsi ilə bağlı zəruri tədbirlərin görülməsi

Sərhəd buraxılış məntəqələrində yaranmış sıxlığın öncədən müəyyənləşdirilməsi üçün dövlət sərhəd məntəqələrinə yaxın ərazilərdə və Bakı şəhərindən rayonlara gedən yol qovşaqlarında sərhəddə sıxlıq dərəcəsini nümayiş etdirən elektron məlumat lövhələrinin quraşdırılması, onların mütəmadi fəaliyyətinin təmin edilməsi və məlumatların müntəzəm yenilənməsi istiqamətində müvafiq işlər görülməkdir.

Gözləmə hallarının və bunun nəticəsində yaranan vaxt itkisinin minimuma endirilməsi, sıxlığın aradan qaldırılması, turist məmnunluğunun artırılması və turistlərin ölkəmizə axınının sürətləndirilməsi məqsədilə əcnəbilərin və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sərhəd buraxılış məntəqələrindən əlavə sürətli keçidlə buraxılması məqsədilə müvafiq işlər görülməkdir.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Viza prosedurlarının sadələşdirilməsi nəticəsində turist sayının çoxalmasının 2020-ci ildə real ÜDM-in 20 milyon manat birbaşa və 10 milyon manat dolayı olmaqla, ümumilikdə 30 milyon manat artmasına gətirib çıxaracağı proqnozlaşdırılır.

Əsas icra göstəricisi sadələşdirilmiş viza prosedurları nəticəsində gələn turistlərin sayında artımın yaranmasıdır (İranlı turistlərin artımına dair məlumat əvvəlki bəndlərdə nəzərə alındığı üçün burada qeyd olunmamışdır).

Bu prioritetin iş yerlərinin yaradılması baxımından yalnız dolayı təsirləri olacaqdır.

Qeyd etmək vacibdir ki, viza prosedurlarının sadələşdirilməsi hədəf ölkə qruplarından turist axınını artırmaqla yanaşı, digər prioritetlərin reallaşdırılması üçün də mühüm rol oynayacaqdır.

Tələb edilən investisiya

Bu tədbirlərin həyata keçirilməsinə hər hansı investisiya qoyuluşu tələb olunmayacaqdır.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin tətbiqi bir sıra siyasi və təhlükəsizlik riskləri daşıyır. Belə ki, bu prioritetin tətbiqi zamanı hər ölkə üzrə ayrı-ayrılıqda dəyərləndirmələr aparılmalı, bununla yanaşı ölkəyə giriş-çıkış sistemlərinin tam təhlükəsizliyi təmin edilməlidir.

7.2.5. Prioritet 2.5. Əsas tələb bazarları ilə hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi

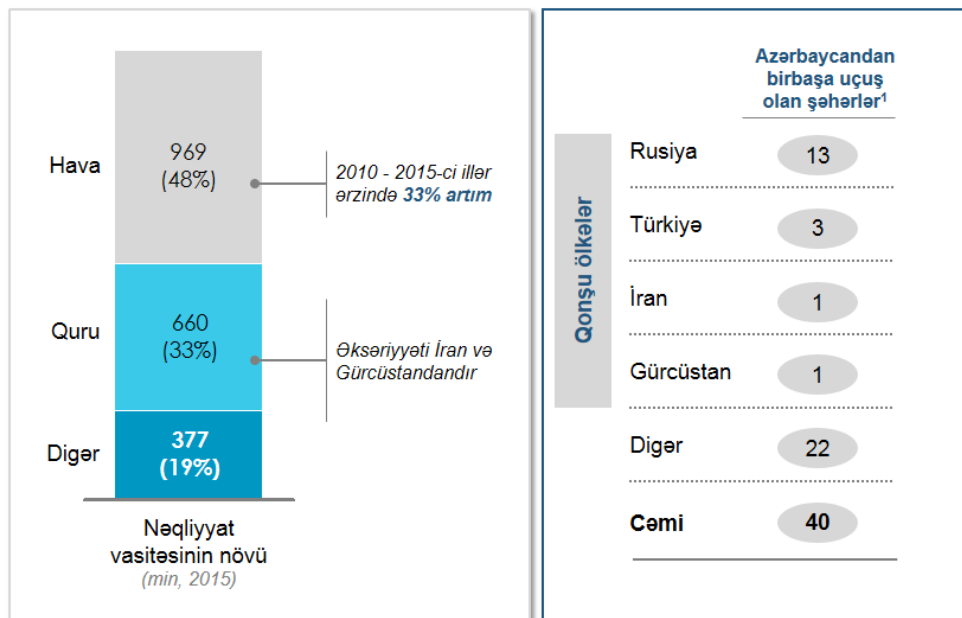
Əsaslandırma

Dünya təcrübəsində qəbul edilmişdir ki, şəhərin hava yolu bağlantısı ilə buraya gələn turistlərin sayı arasında güclü korrelyasiya əlaqəsi mövcuddur. Belə ki, hava limanlarına beynəlxalq uçuşların artması, müvafiq olaraq, gələn turistlərin sayında da artıma səbəb olur.^[99] Bu da onu göstərir ki, Azərbaycana olan birbaşa uçuşların sayının artması ölkəyə gələn turistlərin də sayının artmasına müsbət təsir edə bilər. Bu məqsədlə Azərbaycanın hava yolu nəqliyyatının liberallaşdırılması həm uyğun qiymətə hava daşıyıcıları, həm də milli hava yolları üçün cəlbedici mühit yaradaraq, Azərbaycana gələn turistlərin sayını və turizm sektorunun iqtisadi səmərəsini yüksəldəcəkdir. Digər ölkələrlə hava əlaqəsinin liberallaşdırılması səviyyəsi hər bir ölkə üzrə ayrı-ayrılıqda müəyyən ediləcəkdir.

Azərbaycana gələn xarici ölkə vətəndaşlarının hava nəqliyyatı vasitəsindən istifadə göstəricisinin 2010-cu illə müqayisədə 2015-ci ildə 33 faiz artması Azərbaycana gələn turistlərin əksəriyyətinin hava yollarından istifadəsinin bariz nümunəsidir.^[100] Bununla yanaşı, Azərbaycandan daha çox Gürcüstan, İran, Rusiya və Türkiyə kimi qonşu ölkələrə hava uçuşu həyata keçirilir. Belə ki, bu ölkələrin Azərbaycana gediş-dönüş uçuşları Azərbaycanın 2015-ci ildəki ümumi uçuşlarının 74 faizini təşkil edir. Uçuşların sayının və birbaşa hava əlaqələrinin artırılması, o cümlədən həftəsonu səyahət edən turistlərin ehtiyacına uyğun uçuş qrafiklərinin tənzimləməsi (cümə günü gündüz gediş və bazar günü günortadan sonra dönüş) vasitəsilə əlavə mənfəət əldə edilə bilər. Hazırda Bakı şəhərinin həftəsonu uçuş imkanları yalnız iki şəhər – İstanbul və Moskva üçün qənaətbəxşdir (cümə və bazar günləri üçdən çox uçuş imkanı).^[101]

Şəkil 14. Azərbaycana gələn turistlərin nəqliyyat növləri üzrə göstəriciləri və ölkələr üzrə birbaşa uçuş olan şəhərlərin sayı

Şəkil: Azərbaycan hava yolu vasitəsilə gələn turistlərin sayı artmaqdadır – lakin əsas birbaşa hava əlaqələri qonşu ölkələrlədir



MƏNBƏ: Wii uçuşları məlumat bazası, Dövlət Statistika Komitəsi

1 2015-ci ilin uçuşları nəzərdə tutulur; 2015-ci ildə ən azı 7 ay ərzində fəaliyyət göstərən

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin İqtisadi İslahatlar Üzrə Köməkçisi Xidməti

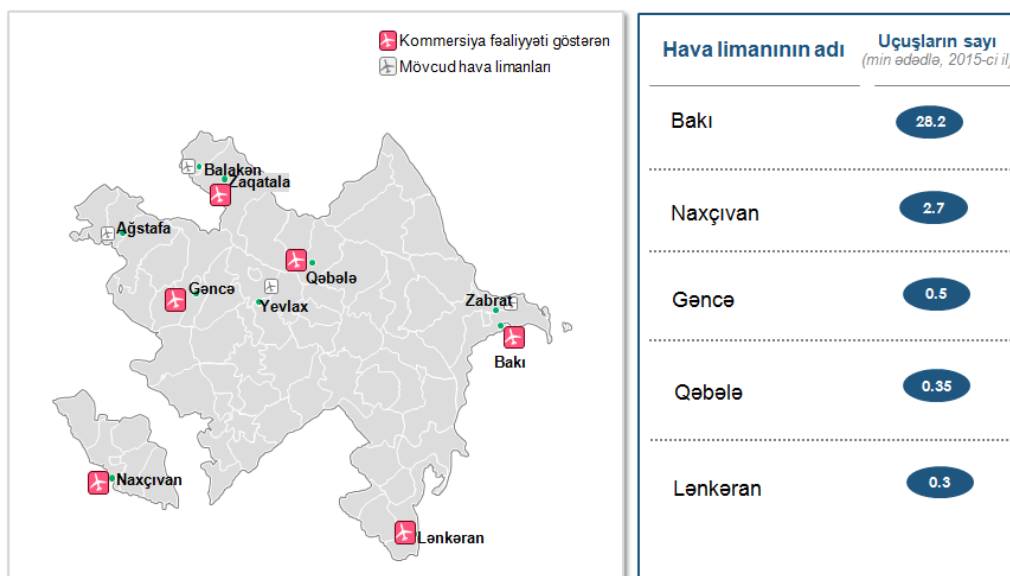
| 27

1. 2015-ci ilin ən azı 7 ayı ərzində aktiv olan uçuşlar nəzərdə tutulur

Mənbə: Diio Mi uçuşların məlumat bazası, Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

2015-ci ildə 28 mindən çox uçuşun həyata keçirildiyi, dünya səviyyəli infrastrukturunu olan Heydər Əliyev Beynəlxalq Hava Limanı Azərbaycanın ən sıx iş qrafiki olan hava limanıdır. Bununla belə, Azərbaycan Bakı ilə yanaşı, həm də regionlarda beynəlxalq və yerli səviyyəli hava nəqliyyatı infrastrukturuna malikdir (şəkil 14). Azərbaycanın kommersiya məqsədli və beynəlxalq səviyyəli altı hava limanı vardır: Bakı, Gəncə, Naxçıvan, Lənkəran, Qəbələ və Zaqatala. Bu hava limanlarında təyyarə uçuşlarının sayını artırmaq potensialı vardır (şəkil 15).

Şəkil 15. Azərbaycanda hava limanlarının xəritəsi və həyata keçirilən uçuşların sayı



Mənbə: Beynəlxalq Hava Limanları Şurası

Şəkil 16. Bakı və turizm üzrə rəqib şəhərlər üçün ikitərəfli biletin minimum qiyməti¹ (ABŞ dolları/mil)

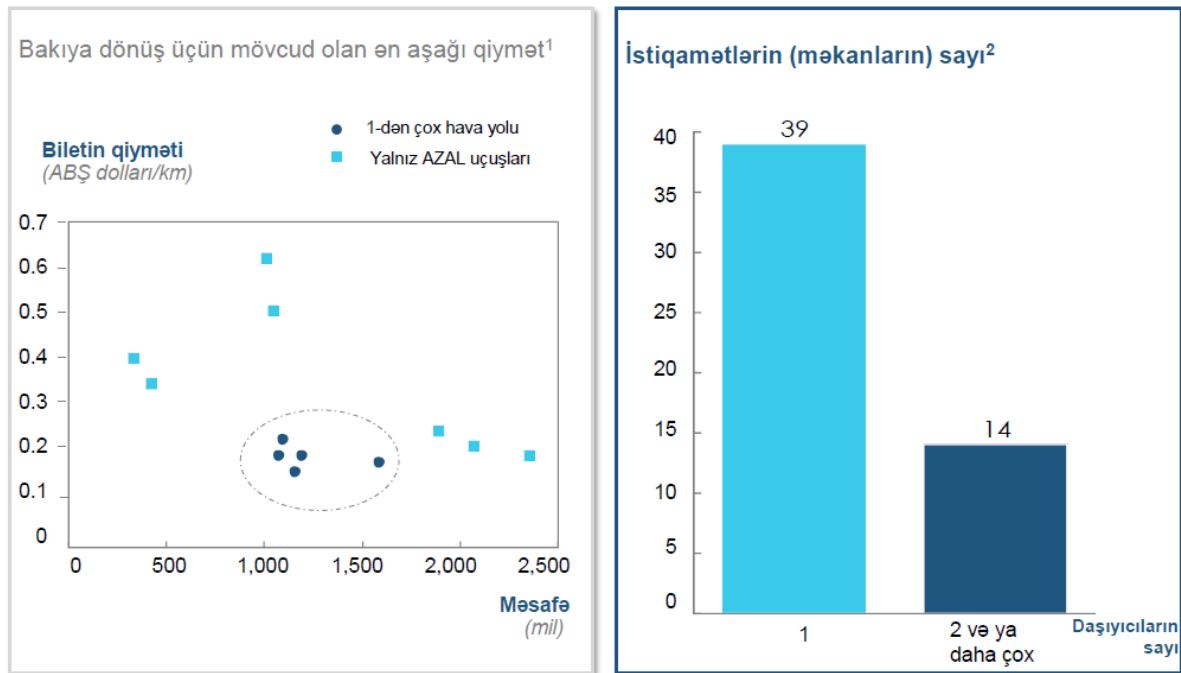
Haradan		Haraya		Hava nəqliyyatı üzrə alternativlərin sayı	
Moskva	Bakı	0,20	3		
Moskva	İstanbul	0,11	3		
Tehran	Bakı	0,40	1		
Tehran	İstanbul	0,20	9		
Dubay	Bakı	0,23	2		
Dubay	İstanbul	0,11	4		
İstanbul	Tbilisi	0,19	3		
İstanbul	Bakı	0,20	2		

1. Axtarış tarixindən sonra növbəti iki həftə müddətində orta hesabla 2-3 gecə qalmaq şərtilə hesablanmış ikitərəfli biletin qiyməti (ən aşağı birbaşa uçuş götürülmüşdür).

Mənbə: "Expedia.com", "skyscanner.com" (30 may 2016-cı il tarixinə olan məlumatlar)

Bununla belə, Azərbaycanda məhdud sayda hava nəqliyyatı şirkətləri xidmət göstərdiyi üçün təyyarə biletlərinin qiyməti yüksəkdir (şəkil 16). Dünya təcrübəsi göstərir ki, digər ölkələrdə hava yolları şirkətləri arasında rəqabətin mövcud olması qiymətlərin aşağı düşməsinə səbəb olmuş və səyahət üçün geniş imkanlar yaratmışdır.

Şəkil 17. Hava əlaqəsi vasitələri üzrə mühüm göstəricilər



1. 3 gecə səfəri üçün 2016-cı ilin avqust ayının birinci haftasında ikitərəfli uçuşlar (1 nəfər üzrə)

2. Hər bir hava limanı istiqamət (məkan) hesab edilir.

Mənbə: Diio Mi uçuşların məlumat bazası

Demək olar ki, bütün istiqamətlərdə regiondakı digər turizm şəhərlərinə uçuşlarla müqayisədə qonşu ölkələrdən Bakı şəhərinə uçuş daha yüksək qiymətə başa gəlir (şəkil 17). Odur ki, hava yolları sahəsində liberallaşmanın olması labüddür.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 2.5.1: 1.1-ci prioritetdə müəyyən edilmiş Bakı şəhərinin 2017–2020-ci illər üzrə marketing və kommunikasiya planına paralel olaraq liberal hava nəqliyyatı üzrə razılaşmaların əldə edilməsi məqsədilə işçi qrupun yaradılması

Gələn turistlərin sayını artırmaq üçün 1.3-cü prioritetdə müəyyən edilmiş hədəf ölkələrlə gediş-dönüş hava nəqliyyatı xidmətləri üzrə müxtəlif liberallaşdırma mexanizmləri təhlil ediləcək və bunun üçün prioritet ölkələr arasından turizm tələbatı yüksək olan ölkələr seçiləcəkdir. Bu istiqamətdə görülməli işlərdə irəliləyişlərə nail olmaq üçün aidiyyəti qurumların iştirakı ilə *Dövlət Turizm Agentliyinin daxilində* yaradılacaq işçi qrup ölkə və regionların liberallaşdırılmış hava xidməti sazişinə daxil edilməsi məsələsinə dair təkliflərini verəcəkdir. Həmin təkliflər əsasında müvafiq sazişlərin bağlanması nəzərdən keçiriləcək və ölkənin aviasiya qanunvericiliyinə zəruri hallarda Avropanın aviasiya qanunvericiliyinə müvafiq olaraq dəyişikliklər hazırlanacaqdır. *Dövlət Turizm Agentliyi*, həmçinin gələn turist sayında əlavə artıma və uzunmüddətli mənfəətə nail olmaq üçün digər istiqamətlər üzrə də hava uçuşlarının açılmasının təşviq olunması üzrə marketing dəstəyinin verilməsi və dövlət tərəfindən müxtəlif stimullaşdırıcı tədbirlərin həyata keçirilməsi istiqamətində təhlillər aparacaq və təkliflərə çıxış edəcəkdir.

Tədbir 2.5.2: Azərbaycanda aviaşirkətlərin sayının artırılması məqsədilə uyğun qiymətə xidmətlər təklif edən şirkətlərin və milli aviaşirkətlərin formalaşdırılmasının dəstəklənməsi

Rəqabətin gücləndirilməsi və uçuşların sayının artırılması xüsusən qısaməsafəli məntəqələrə təyyarə biletlərinin qiymətini aşağı salacaq, aşağıbüdcəli ("low-cost") hava nəqliyyatı şirkətlərinin fəaliyyəti üçün əlverişli mühit formalaşdıracaqdır. Yaradılmış mühitdən, eləcə də müəyyən istiqamətlər üzrə dövlət tərəfindən təklif edilən müvəqqəti stimullaşdırıcı tədbirlərdən maksimum şəkildə yararlanmaq məqsədilə aşağıbüdcəli milli hava nəqliyyatı şirkətinin yaradılması nəzərdən keçiriləcəkdir. Belə ki, ölkədə fəaliyyət göstərən və "Azərbaycan Hava Yolları" QSC-nin tərkibində və ya ayrıca şirkət (paylarının (səhmlərinin) nəzarət zərfi dövlətə məxsus olan hüquqi şəxs) kimi təsis edilmiş aşağıbüdcəli hava nəqliyyatı şirkətinin yaradılması və həmin şirkətə hava limanından istifadə üzrə aşağı rüsumların tətbiqi, eyni zamanda, Azərbaycanı hava yolu şirkətləri üçün daha cəlbedici etmək məqsədilə sektorlar üzrə islahatların aparılması və stimullaşdırıcı mexanizmlərin tətbiqi də nəzərdən keçiriləcəkdir.

Standartlaşdırma əsasında daşınan əmlaka investisiya qoyuluşu xərclərini azaltmaq məqsədilə beynəlxalq Keyf Taun Sazişinin imzalanması bu fəaliyyətin tərkib hissəsi kimi dəyərləndiriləcəkdir. Bundan əlavə, gömrük və vergi rejimi rəqabətin gücləndirilməsində əsas amil kimi qiymətləndiriləcəkdir.

Bu istiqamətdə tədbirlərin səmərəli şəkildə həyata keçirilməsini təmin etmək məqsədilə Dövlət Mülki Aviasiya Administrasiyası aviaşirkətlərin sayının artırılmasını hədəf kimi müəyyən edəcək, bu məqsədlə beynəlxalq tərəfdaşlar ilə birlikdə işçi görüşlər keçirəcək və həmin görüşlərdə region üzrə aşağıbüdcəli özəl və milli aviaşirkətlərin də iştirakını təmin edəcəkdir. Dövlət Mülki Aviasiya Administrasiyası eyni zamanda hava nəqliyyatı şirkətləri tərəfindən uçuşların sayının artırılmasına mane olan amilləri müəyyən edəcək və aidiyyəti dövlət qurumları, eləcə də *Dövlət Turizm Agentliyi* ilə birlikdə həmin çətinliklərin aradan qaldırılması ilə bağlı birgə fəaliyyət planı işləyib hazırlayacaqdır. Dövlət Mülki Aviasiya Administrasiyası yüksək mənfəət

gətirmək potensialına malik olan, lakin başlanğıc dövr üçün marketing dəstəyi və vergi güzəştlərinə ehtiyacı olan bəzi istiqamətlərin də açılmasını stimullaşdıracaqdır. Qurum, həmçinin sektor üzrə biznes mühitini və stimullaşdırma strukturunu dəyərləndirəcək, onların təkmilləşdirilməsi istiqamətində zəruri tədbirlər görəcəkdir.

Tədbir 2.5.3: Bakı şəhərinə həftəsonu səfər edən səyahətçilərin gözləntilərinin daha yaxşı qarşılınması üçün uçuş cədvəllərinin (1.3-cü prioritetə müvafiq olaraq müəyyənləşdirilmiş hədəf ölkələrə və ölkələrdən) optimallaşdırılması

2.5.1-ci tədbirə müvafiq olaraq yaradılmış işçi qrup Büro ilə birlikdə hər rübdə bir dəfə görüş keçirərək 1.1-ci prioritetdə müəyyən edilmiş Bakı şəhərinin marketing və kommunikasiya planı əsasında hədəf ölkələrdən turistlərin həftəsonu Bakıya daha rahat səfərinin təşkil edilməsi və gözləntilərinin daha yaxşı qarşılınması üçün mövcud uçuş cədvəllərinin optimallaşdırılmasını həyata keçirəcəkdir.

Tədbir 2.5.4: Azərbaycanın regional hava limanlarında göstərilən xidmətlərin cari səviyyəsinin müəyyən edilməsi, hava limanlarının genişləndirilməsi ehtiyaclarının dəyərləndirilməsi və 2020–2025-ci illər üzrə hava limanlarına investisiya qoyuluşu planlarının icrası ilə əlaqədar tədbirlərin görülməsi

İşçi qrup tərəfindən Azərbaycanın regionlarda olan hava limanlarının xidmət keyfiyyətinin mövcud səviyyəsinin müəyyən edilməsi və hava limanları şəbəkəsinin genişləndirilməsi istiqamətində zəruri ehtiyacların dəyərləndirilməsi üçün müvafiq araşdırma aparılacaqdır. Eyni zamanda, işçi qrup 2020–2025-ci illər üzrə hava limanlarına investisiya qoyuluşu planlarının turizm sektorunun inkişafı istiqamətinə uyğunluğu, eləcə də Zabrat hava limanının aşağıbüdcəli aviashirkətlər tərəfindən istifadəsi üçün müvafiq texniki-iqtisadi əsaslandırmanı yerli və beynəlxalq tərəfdaşlarla və investorlarla birgə işləyib hazırlayacaqdır.

Tədbir 2.5.5: Əsas hava yolları, kurort şəbəkələri və ya səyahət şirkətləri ilə strateji tərəfdaşlığın qurulması üçün müxtəlif variantların nəzərdən keçirilməsi

Azərbaycanın nəqliyyat əlaqələrinin gücləndirilməsi və ölkə turizminin hədəf bazarlarda daha effektiv təşviqi istiqamətində dünyanın əsas turizm şirkətləri ilə birbaşa əməkdaşlıq layihələrinin icrası nəzərdən keçiriləcəkdir. Bu, Azərbaycanın əsas bazarlarla nəqliyyat bağlantısının yaxşılaşdırılması istiqamətində ölkənin təşəbbüslərinə dəstək olmaqla yanaşı, belə marşrutlardan istifadə səviyyəsinin artırılmasına imkan yaradan böyük sayda turist axınına da təkan verəcəkdir. *Dövlət Turizm Agentliyi* əsas hava nəqliyyatı şirkətləri, kurort və istirahət şəbəkələri, o cümlədən yerli və xarici turizm şirkətləri ilə milli səviyyədə strateji tərəfdaşlığın qurulması məsələsini dəyərləndirəcək və bu istiqamətdə bu Strateji Yol Xəritəsində verilmiş fəaliyyətləri sürətləndirmək üçün ən əlverişli əməkdaşlıq modelləri, eləcə də potensial şirkətlərin imkanları qiymətləndiriləcəkdir. Belə əməkdaşlıq çərçivəsində müxtəlif vasitələrlə Azərbaycanda turizmməqsədli hava əlaqələrinin yaxşılaşdırılması və təbliği hədəf kimi müəyyən ediləcəkdir. Daha sonra dəyərləndirmə üzrə xüsusi meyarlar müəyyən ediləcək və potensial tərəfdaşlar üçün sektor üzrə global səviyyədə nəzarət həyata keçiriləcəkdir. Bu meyarlar əsasında tərəfdaşlıq variantları qiymətləndiriləcək, həm orta, həm də uzunmüddətli perspektivdə sektor üçün faydası aşkar olunduğu təqdirdə, onların icrası təmin ediləcəkdir.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Hava əlaqələrinin genişləndirilməsi ölkəyə turist axınının reallaşdırılması üçün əsas vasitədir. Bu prioritetin icrası üçün əsas icra göstəricisi sektordakı digər əsas göstəricilərə nail olunmasını şərtləndirir. Bu prioritetin 2020-ci ildə 20 milyon manat birbaşa və 10 milyon manat dolayı olmaqla, real ÜDM-in ümumilikdə 30 milyon manat artmasına səbəb olacağı proqnozlaşdırılır. Bundan əlavə, tranzit sərnəşinlərin sayının artması da ÜDM-in artmasına səbəb olacaqdır (burada nəzərə alınmamışdır).

Tələb edilən investisiya

Bu prioritetin həyata keçirilməsi üçün böyükhəcmli investisiya vəsaiti tələb edilmir.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin həyata keçirilməsi ilə bağlı əsas risk yaradan faktor aşağıbüdcəli nəqliyyat vasitələrinin kommersiya baxımından əlverişli olmamasıdır.

7.3. Strateji hədəf 3. Yerli və regional turistlər üçün regional turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi

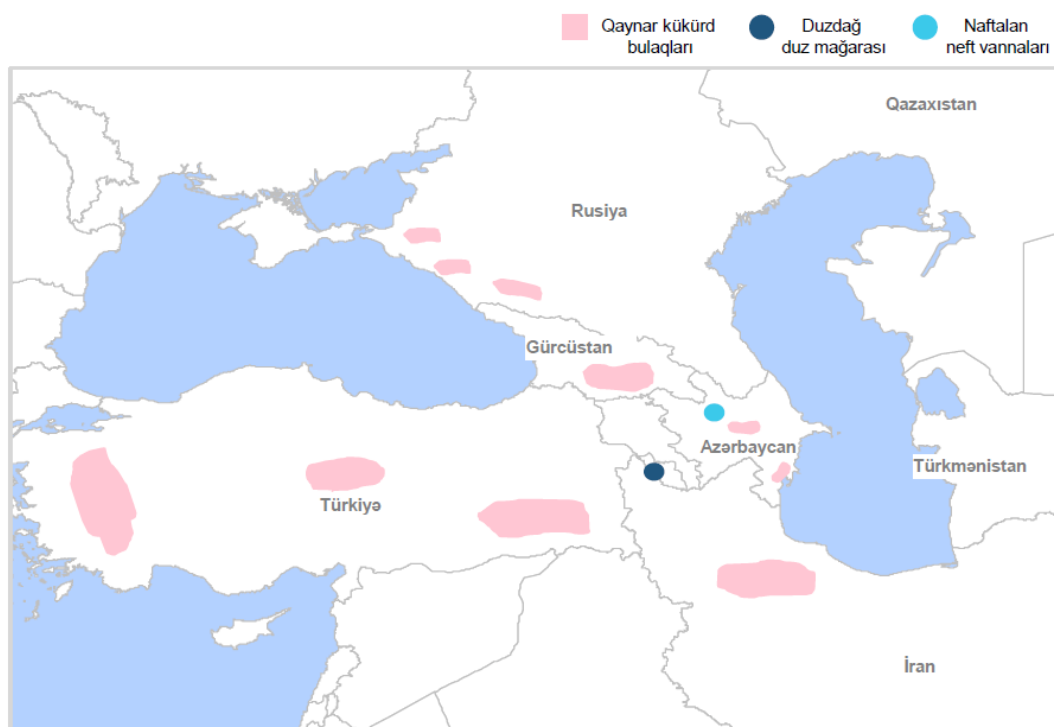
Bakıdan kənarda, Azərbaycanın nadir sağlamlıq turizm seçimlərindən tutmuş qış idman komplekslərinə, şimal-qərb dəhlizi boyunca mədəniyyət abidələrinə və mənzərəli yerlərədək təklif edəcəyi məkanlar və istifadə edəcəyi imkanlar çoxdur. Yerli və regional turistlər üçün cəlbəediciyi daha da artırmaq məqsədilə ölkəmizdə bu aktivlər də inkişaf etdiriləcəkdir. Bu, 2020-ci ilədək və ondan sonrakı dövrdə bəzi hallarda turizm infrastrukturuna investisiya qoyuluşlarını və daha yaxşı idarəetmə və əməliyyatları da əhatə edir.

7.3.1. Prioritet 3.1. Sağlamlıq turizmi üçün tələbatın yenidən formalaşdırılması

Əsaslandırma

Dünya miqyasında sağlamlıq turizminə tələbat getdikcə artmaqdadır. Bu turizm növü məkanları müalicə ilə yanaşı, xüsusi qulluq və gözəllik yönümlü digər xidmətlər də təklif edir. Ümumiyyətlə, sağlamlıq üçün səyahət edən turistlər daha çox həftəsonları və digər vaxtlarda ölkə daxilində və ya xarici ölkələrdə xüsusi sağlamlıq kursları keçməyə və yaxud müxtəlif təbii üsullarla müalicələr almağa üstünlük verirlər.

Şəkil 18. Region ölkələri üzrə mövcud sağlamlıq turizmi imkanlarının xəritəsi¹

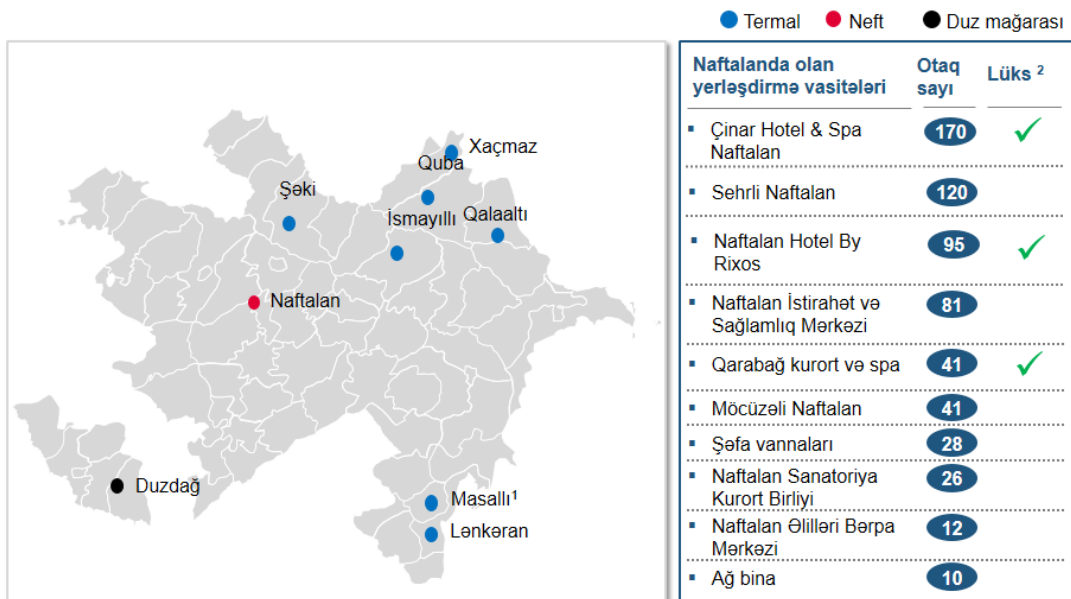


1. Mehmanxana və kurort müəssisələri də daxil olmaqla, onlayn mənbələr əsasında təxmini hesablanmışdır.

Turistlərin sağlamlıq məqsədilə qəbul etdikləri Naftalan neft vannaları Rusiya, Qazaxıstan və digər MDB ölkələrindən olan turistlər üçün xüsusilə unikal sağlamlıq turizmi məkanıdır. Son illərdə sağlamlıq turizmi məkanlarının, o cümlədən təbii üsulla müalicə sanatoriyaalarının yenilənməsi istiqamətində bir sıra tədbirlər görülmüşdür. 2010-cu ildə Naftalan şəhərindəki və 2013-cü ildə Şabran rayonundakı bir neçə sanatoriyaaların spa və sağlamlıq mərkəzi kimi yenidən bərpası buna misal ola bilər. Lakin Naftalanın bütün mövcud sağlamlıq kompleksləri spa, masaj və su əyləncə parkı infrastrukturunu şəklində lüks funksiyalarla hələ də tam modernləşdirilməmişdir. Naftalanın və təbii müalicə ehtiyatlarının Avropa və digər region ölkələrindən olan turistlər üçün cəlbediciliyini artırmaq məqsədilə bu məhsullara beynəlxalq səviyyəli aidiyyəti sertifikatın alınmasına və Beynəlxalq SPA Assosiasiyaları ilə əməkdaşlığın qurulmasına ehtiyac vardır. Buna baxmayaraq, Naftalan nefti və digər müalicəvi əhəmiyyətli təbii ehtiyatlar Azərbaycanın sağlamlıq turizminin imkanlarından istifadə üçün çox əhəmiyyətli potensialdır (şəkil 19). Bununla əlaqədar olaraq, 2020-ci ilədək sağlamlıq turizmi üzrə Naftalan neftindən, eləcə də Duzdağın təbii ehtiyatlarından istifadə prioritetləşdiriləcəkdir.

Şəkil 19. Azərbaycanın əsas sağlamlıq məkanları

Azərbaycanda əsas sağlamlıq məkanları



1 Kükürlü su 2 Bura SPA, masaj, üzgüçülük hovuzu daxildir
MƏNBƏ: Naftalan Otellərinin sifariş üçün internet saytlar

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin İqtisadi İslahatlar Üzrə Köməkçisi Xidməti

| 18

1. Kükürlü su
2. Bura SPA, masaj, üzgüçülük hovuzu daxildir.

Mənbə: Naftalanda mehmanxana sifariş təklif olunan internet saytları

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 3.1.1: Sağlamlıq turizmi üzrə 2017–2020-ci illəri əhatə edən fəaliyyət planının hazırlanması

Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən 2017–2020-ci illər üzrə sağlamlıq turizminin inkişafına dair fəaliyyət planı hazırlanacaqdır. Bu plana həmçinin 2020-ci ildən sonra sağlamlıq turizminin inkişafına tökan vermək məqsədilə Qəbələ, Şabran, Masallı, Lənkəran rayonları kimi, digər məkanların mövcud təbii ehtiyatlarından istifadə məqsədilə uzunmüddətli planlar da daxil ediləcəkdir.

Tədbir 3.1.2: Naftalan nefti əsasında mövcud və yeni sağlamlıq məhsullarının təşviqi

Naftalan nefti əsasında sağlamlıq məhsullarının hazırlanması üzrə müvafiq tədbirlər görülməkdədir. Belə ki, Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən Naftalan neftindən istifadə edilərək yaradılacaq yeni kosmetika məhsullarının (məsələn, piling kremləri, azot-qlişerin və s.) növlərini müəyyən etmək üçün alimlərdən və digər aidiyyəti mütəxəssislərdən ibarət Naftalan neft-tədqiqat qrupu yaradılacaqdır. Bundan sonra, hazırda istehsal edilən məhsullar da daxil olmaqla, müxtəlif məhsul qruplarının yaradılması və onların aidiyyəti üzrə brendləşdirilməsi işində iştirak edən şirkətlərin təklifləri və fəaliyyəti dəstəklənəcəkdir. Beynəlxalq institutlardan Naftalan neftinin müalicəvi əhəmiyyətini təsdiqləyən sertifikatın alınması təmin ediləcəkdir. Həm yeni, həm də mövcud məhsulların istehsalının həyata keçirilməsinə və genişləndirilməsinə özəl sektorun da cəlb edilməsi məqsədilə Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən müxtəlif təşviqat mexanizmləri ilə bağlı təkliflər hazırlanacaqdır. Dövlət Turizm Agentliyi bu növ məhsulların Azərbaycandakı və beynəlxalq sağlamlıq mərkəzlərindəki turizm məkanları arasında paylanılmasının təmin edilməsi istiqamətində əməli addımlar atacaqdır. Belə ki, həm xarici, həm də yerli turistləri cəlb etmək məqsədilə müəyyən marketing tədbirləri aparılmaqla, eləcə də Naftalan nefti mənşəli gözəllik məhsullarının bir neçə pulsuz nümunələri təqdim edilməklə masaj və spa müalicəsi ilə maraqlanan xarici turistlərə Bakıdan Naftalana kimi subsidiyalı səfərlər təklif ediləcəkdir. Ölkənin turizm məkanları barədə məlumatlılıq səviyyəsini yüksəltmək məqsədilə bu növ məhsulların üzərində Azərbaycan mədəniyyətinə və xüsusi cəlbedici turizm məkanlarına dair kiçik təsvirlərin də əlavə olunması nəzərdə tutulur. Məhsulların Azərbaycandakı digər sağlamlıq komplekslərində də satışına dəstək verilməsinə və Naftalanda qısamüddətli (üç gün və ya daha az) sağlamlıq turlarının təklif edilməsinə şərait yaradılacaqdır. Eyni zamanda, Naftalan və Duzdağa aid investisiya, turizm tələbləri və kosmetika məhsulları ilə bağlı məlumatlar onlayn platformalarda mütəmadi şəkildə yenilənəcəkdir.

Tədbir 3.1.3: Qalaaltı, Naftalan və Duzdağdakı mövcud yerləşdirmə alternativlərində, sağlamlıq xidməti göstərən müəssisələrdə və turistlər üçün digər cəlbedici yerlərdə bərpa və yenidənqurma işlərinin aparılması

Qalaaltı, Naftalan və Duzdağda restoran, kafe və əyləncə xidmətləri kimi turistlər üçün cəlbedici yerlərdə və sağlamlıq mərkəzlərində, mövcud yerləşdirmə alternativlərində yeniliklər etmək üçün tədbirlər planının hazırlanması məqsədilə *Dövlət Turizm Agentliyi* tərəfindən bütün aidiyyəti tərəflərlə görüşlər təşkil ediləcəkdir. Görüşlərin nəticəsinə uyğun olaraq yerli və xarici investisiya qoyuluşları üçün lazımı şərait yaradılacaqdır.

Tədbir 3.1.4: Bakı və Naftalan arasında sürətli və yüksəkkeyfiyyətli avtobus və qatar xidmətlərinə başlanılması

Sərnişinlərin etibarlılığının və rahatlığının təmin edilməsi məqsədilə Bakıdan Naftalanadək avtomobil, qatar və avtobus əlaqəsi gücləndiriləcəkdir. Belə ki, Bakı ilə Naftalan arasında sürətli və yüksəkkeyfiyyətli avtobus və qatar xidmətlərinə başlamaq üçün aidiyyəti dövlət müəssisələri arasında *Dövlət Turizm Agentliyi* vasitəsilə əməkdaşlıq əlaqələri qurulacaqdır. Səyahət agentlikləri vasitəsilə müvafiq koordinasiya qurulmaqla nəqliyyat vasitələri üçün biletlərin mehmanxanalarda təklif edilən sağlamlıq müalicə paketləri ("beauty treatments") ilə birlikdə satışı həyata keçiriləcəkdir. Büro tərəfindən müxtəlif növ broşürlər çap edilməklə, turizm informasiya mərkəzləri, yerli kanallar və turizm agentlikləri vasitəsilə həftə içi və həftə sonu sağlamlıq turizminin və nəqliyyat alternativlərinin təqdimatı keçiriləcəkdir.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Naftalanın mövcud potensialının gücləndirilməsi ilə xarici və yerli turistlərin sayında artım təmin olunacaqdır ki, bununla da 2020-ci ildə real ÜDM-in 3 milyon manat birbaşa və 2 milyon manat dolayı olmaqla, ümumilikdə 5 milyon manat artacağı və 150 yeni iş yerinin yaradılacağı proqnozlaşdırılır.

Əsas icra göstəricisi potensialdan istifadə əmsalının 65 faizədək artırılması, bununla da cari 40 faizlik göstəricinin Avropa sağlamlıq xidmətlərinin səviyyəsinə çatdırılmasıdır (Naftalandakı turizm mərkəzlərindən istifadə göstəricisi nəzərdə tutulur). Naftalanın neft-kosmetika məhsullarının satışı nəticəsində yaranan potensial təsirlər burada müəyyən edilmiş təsirlərə əlavə kimi göstərilmişdir.

Tələb edilən investisiya

Bu prioritetin tətbiqi üçün təxminən 15 milyon manat həcmində birdəfəlik investisiya qoyuluşu tələb edilir.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin həyata keçirilməsində əsas risk faktoru maliyyə çatışmazlığı və təbliğat fəaliyyətlərinin məqsədmüvafiq şəkildə həyata keçirilməməsi ola bilər. Eyni zamanda, Naftalan nefti və ondan hazırlanmış sağlamlıq məhsullarının lazımı qaydada sertifikatlaşdırılmaması, gələcəkdə bu prioritet üzrə cəlb edilməsi nəzərdə tutulmuş hədəf turist qruplarını bu turizm məhsulundan istifadə etməkdən çəkindirə bilər.

7.3.2. Prioritet 3.2. Qış turizminin inkişafının dəstəklənməsi

Əsaslandırma

Qış idman növləri Azərbaycan üçün nisbətən yeni bir tendensiya olmaqla bərabər çox geniş potensial vəd edir. Əsas qış turizm məkanlarından olan "Tufandağ" Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi (Qəbələ) və "Şahdağ" Turizm Mərkəzi QSC (Qusar) yerli və regional turistlər üçün xizəkçilik də daxil olmaqla, bir çox açıq hava idman növlərini təklif edir (şəkil 20).

Şəkil 20. Azərbaycana yaxın regionda əsas qış turizm mərkəzləri



Mənbə: skiresort.info, booking.com, hostels.com

Azərbaycan iki qış idman kompleksi yamaclarının uzunluğuna və qalxma kabinələrinin sayına görə il ərzində qış turizmi üzrə açıq hava idman növlərindən, o cümlədən xizəkçilikdən istifadəyə imkan verən günlərin sayı baxımından regionda mövcud digər alternativlərlə müqayisədə daha rəqabətqabiliyyətlidir (şəkil 21). Belə ki, "Şahdağ" Turizm Mərkəzi QSC (Qusar) 17 kilometrlik yamac və 9 ədəd qalxma kabinəsi təklifi ilə il ərzində təxminən 120 gün, "Tufandağ" Qış-Yay Turizm İstirahət Kompleksi (Qəbələ) isə 15 kilometrlik yamac, 5 ədəd qalxma kabinəsi təklifi ilə il ərzində təxminən 110 gün fəaliyyət göstərir.

Eləcə də turizm obyektlərinə çıxışın asanlığının qış turizminin inkişafına təkan verən əsas amillərdən biri olduğunu nəzərə aldıqda, ən yaxın hava limanından cəmi 25 km məsafədə yerləşən Qəbələ şəhərinin, qış çarter reysləri və uyğun qiymətə uçuşlardan istifadə edilməklə, region ölkələrindən olan və həftə sonu istirahət etmək istəyən turistlərin cəlb edilməsi üçün yaxşı seçim olduğu məlum olur.

Şəkil 21. Region ölkələrində qış turizm kurortlarının müqayisəli təhlili

	Xizək kurortunun adı	Ümumi qiyməti ¹	Dağ-xizək enişi (km)	Liftlərin sayı	Fəaliyyət göstərirdiyi günlərin sayı ²	Yüksəklik (metrlə)
Azərbaycan	Şahdağ	3,1	17	9	120	1430–2520
	Tufandağ	yoxdur	15	5	110	1400–2470
Türkiyə	Palantökən	3,4	72	15	135	2200–3140
	Sankamış	2,9	14	4	130	2160–2630
Rusiya	Roza Xutor	3,6	72	20	126	940–2320
	Mt. Elbrus	3,1	23	6	180	2350–3840
İran	Dizin	2,9	18	18	150	2530–3500
Gürcüstan	Qudauri	3,4	57	7	141	1990–3280
	Qoderdzi	3,0	8	2	131	1720–2400

1. Qiymətlər xizək kurortları barədə saytlardan əldə edilmişdir.

2. 2015–2016-cı il mövsümündə açıq günlər və kurortların internet sahifələri nəzərdən keçirilməklə müəyyən edilmişdir.

Mənbə: skiresort.info

Lakin region ölkələrində qış turizm növü üzrə bir sıra rəqib məkanların olması Azərbaycanın bu turizm növü üzrə potensialından tam istifadəni çətinləşdirir. Azərbaycanın qış idman komplekslərinin yalnız 4 və 5 ulduzlu mehmanxanalardan ibarət olması onu deməyə əsas verir ki, region ölkələrində olan alternativlərlə müqayisədə həmin mehmanxanalar həm say, həm də qiymət baxımından tam rəqabətqabiliyyətli deyildir (şəkil 22). Belə ki, bazar payının potensial artımı nəzərə alınaraq, qış turizm növünə tələbatın artırılması məqsədilə ölkə ərazisində qış idman komplekslərinə dəstək göstərilməsi, aidiyyəti üzrə qış turizmi məhsullarının çeşidinin artırılmasına şərait yaradılması və onların inkişaf etdirilməsi prioritetləşdirilməlidir.

Şəkil 22. Region ölkələrində qış turizm mərkəzlərinin müqayisəli təhlili

	Kurortunun adı	Yerləşdirmə vasitələrinin sayı	Mehmanxananın minimum qiyməti ¹ (ABŞ dolları ilə)	Gündəlik xizək keçid haqqı (ABŞ dolları ilə)	Ən yaxın hava limanına məsafə (km)
Azərbaycan	Tufandağ	8	50	9	25
	Şahdağ	6	72	15	200
Türkiyə	Palantöken	21	70	12	20
	Sarıkamış	13	45	9 ²	55
Rusiya	Rosa Xutor	60	25	29	45
	Mt. Elbrus	55	56	Yoxdur	30
İran	Dizin	T/O	60	Yoxdur	120
Gürcüstan	Qoderdzi	4	20	8	110
	Qudaauri	14	25	9	140

1. 2 nəfərlik otağın qiyməti, yataq və səhər yeməyi daxil olmaqla (mənatın dollara olan məzənnəsi 0,6, rublun dollara olan məzənnəsi 0,015, gürcü larisinin dollara olan məzənnəsi 0,45 götürülmüştür)

2. Liftdən 5 dəfəyə qədər istifadə

Mənbə: skiresort.info, booking.com, dağ-xizək kurortlarının internet sahifələri

Bu məqsədlə, Azərbaycanda nəqliyyat seçimlərinin yaxşılaşdırılması, mühüm bazarlardan bəhrələnməklə qış idman mədəniyyətinin formalaşdırılması və qış turizminin daha da gücləndirilməsi istiqamətində bir sıra tədbirlər həyata keçiriləcəkdir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 3.2.1: Nəqliyyat seçimlərinin yaxşılaşdırılması

Müvafiq dövlət qurumlarının, turoperatorların, yerli bələdiyyələrin və mehmanxanaların tərəfdaşlığı əsasında qış turizm mərkəzləri ilə potensial turistlərin yaşadığı regionlar arasında nəqliyyat əlaqəsi yaxşılaşdırılacaqdır. Bu məqsədlə, mövsüm zamanı qış turizm obyektlərinə quru yolu ilə səyahət edən turistlər üçün Bakıdan həmin obyektlərə kimi pulsuz və ya subsidiyalaşdırılmış gündəlik avtobusların təşkili, hava yolu ilə səyahəti üstün tutan turistlər üçün isə müxtəlif məntəqələrdən Qəbələ şəhərinə uçuşların say və müddət baxımından səmərəliliyinin artırılması nəzərdə tutulur. Bununla əlaqədar olaraq, potensial turistlərin yaşadığı ölkələrdən turist axınının təmin edilməsində səmərəliliyin yüksəldilməsi və fəaliyyətlərin əlaqələndirilməsi məqsədilə Dövlət Turizm Agentliyinin aidiyyəti qurumlarla əməkdaşlığı çərçivəsində 1.1-ci prioritetlə müəyyənləşdirilmiş Bakı şəhərinin marketinq və kommunikasiya planına əsasən hədəf ölkələrdən Qəbələ şəhərinə birbaşa hava reyslərinin açılması məsələsi prioritetləşdiriləcəkdir.

Bu məqsədlə Qəbələyə yerli turistlərin də səyahət imkanlarının genişləndirilməsi nəzərdə tutulacaqdır. Belə ki, bir və ya iki günlük xizəkdən istifadə kartlarına malik və yaxud turizm kompleksində yerləşən mehmanxanaların müştəriləri olan səyahətçilərin ödənişsiz və ya subsidiyalaşdırılmış nəqliyyat xidmətlərindən istifadə etməsi məsələsi nəqliyyat xidməti göstərən subyektlər, dağ-xizək turizm kompleksinin nümayəndələri və səyahət agentlikləri ilə koordinasiya şəkildə təmin ediləcəkdir.

Tədbir 3.2.2: Qış turizm mərkəzlərində iclas, beynəlxalq konfrans və digər işgüzar tədbirlərin keçirilməsi

Dövlət Turizm Agentliyinin təşkilatçılığı ilə Azərbaycana biznes məqsədilə səfər edən turistlərin ölkədə qalma müddətinin artırılması üçün Büro, Azərbaycan Konqreslər Bürosu və dağ-xizək turizm kompleksinin nümayəndələri ilə birlikdə 3.4-cü prioritetə müvafiq olaraq iclaslara, beynəlxalq konfranslara və rəsmi tədbirlərə (bundan sonra – işgüzar tədbirlər) qış turizm xidmət paketlərinin də inteqrasiyası həyata keçiriləcəkdir.

Tədbir 3.2.3: Regiondan olan turistlərin Azərbaycana axınını artırmaq məqsədilə qış turizm komplekslərində müxtəlif mövsümlərdə böyük və cəlbəedici festivalların keçirilməsi

Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən region ölkələrindən olan turistlərin Azərbaycana axınının təşviqi məqsədilə qış turizm komplekslərində müxtəlif mövsümlərdə, o cümlədən Yeni il və ya digər dövlət bayramları və mədəni tədbirlər zamanı böyük festivalların keçirilməsi üçün fəaliyyət planı işlənib hazırlanacaqdır. Bu plana əsasən, həmin festivallar zamanı həm aşağı, həm də yuxarı qiymətə seçimlərin, eləcə də yerli kulinariyanın, sənətkarlıq və digər incəsənət məhsullarının satışı təmin ediləcək və keçiriləcək festivallar barədə ictimaiyyət əvvəlcədən tam şəkildə məlumatlandırılacaqdır. Bunun nəticəsi olaraq, təkliflərin sayını artırmaq məqsədilə müxtəlif növ tədbirlər görülməklə, o cümlədən qapalı-açıq əyləncə mərkəzlərinin, hovuzların, velosiped cığırının, fitnes mərkəzlərinin və digər fəaliyyətlərin inkişafı təşviq ediləcəkdir.

Tədbir 3.2.4: Qış turizmi ərazilərindəki dövlət mülkiyyətində olan mehmanxanaların mövcud vəziyyətini qiymətləndirmək üçün təhlillərin aparılması və yerləşdirmə imkanlarının təkmilləşdirilməsi

Mehmanxanalarda yerləşdirmə imkanlarının təkmilləşdirilməsi məqsədilə dağ-xizək turizm zonalarındakı dövlət mülkiyyətində olan mehmanxanaların mövcud vəziyyəti təhlil ediləcək, mövcud inzibati problemlərə dair məlumatlar və təkliflər toplanacaqdır.

Tədqiqatın nəticələri əsasında idarəçiliyin daha peşəkar üçüncü tərəflərə həvalə olunması və yaxud qısamüddətli perspektivdə hökumət tərəfindən peşəkar mehmanxana şəbəkələrindən rəhbər vəzifələrə kadrlar cəlb edilməklə dövlət mülkiyyətində olan mehmanxanaların mövcud idarəçiliyində çevikliyin təmin edilməsinə nail olunacaqdır. Bundan başqa, prosesin gedişatında, mümkün özəlləşdirmə imkanlarını müəyyənləşdirmək üçün araşdırma aparılacaqdır. Araşdırma nəticəsində Şahdağdakı dövlət mülkiyyətində olan mehmanxanalardan başlayaraq qış idman komplekslərinin özəlləşdirilməsi nəzərdən keçiriləcəkdir.

Mövcud qış turizm komplekslərindəki dövlət mülkiyyətində olan uyğun qiymətə yerləşdirmə vasitələrinin (məsələn, hostellər, iki və üçulduzlu yerləşdirmə vasitələri və s.) tikintisi də 1.4-cü prioritetə əsasən maliyyə vəsaiti hesabına həyata keçiriləcək, eyni zamanda, özəl sektor tərəfindən investisiya qoyuluşları da təşviq ediləcəkdir.

Tədbir 3.2.5: Seçilmiş məktəblərdə dağ-xizək təlimi proqramının işlənilib hazırlanması və genişləndirilməsi

Qış turizm mərkəzlərinə yaxın yerləşən özəl və dövlət məktəblərindəki şagirdlər üçün dağ-xizək təlimi proqramlarının işlənilib hazırlanması məqsədilə birgə iş aparılacaq və bu istiqamətdə əldə edilmiş təcrübə nəticəsində təlimə cəlb edilmiş məktəblərin sayı ildən-ilə artırılacaqdır. Həmin təlim proqramlarının iştirakçısı olan şagirdlərin ailələrinə hökumət tərəfindən bir həftəlik ailəvi qış istirahəti üçün endirimli qiymətə turist xidmət paketlərinin verilməsi imkanları yaradılacaqdır.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Mövcud potensiala hər hansı əlavə etmədən, bu prioritetin 2020-ci ildə birbaşa 10 milyon manat və dolay 10 milyon manat olmaqla, ümumilikdə 20 milyon manat real ÜDM artımına gətirib çıxaracağı və ümumilikdə 300 yeni iş yerinin yaradılmasına səbəb olacağı proqnozlaşdırılır.

Əsas icra göstəricisi hər bir turist üçün qış turizm mehmanxanalarında gecələmə üzrə gəlir 195 manat həcmində (yerləşdirmə, dincəlmə və yemək üzrə xərclər də daxil olmaqla) saxlanılmaqla, hazırkı qış turizm mehmanxanalarında otmaq satışını illik 50% artırmaqdır. Bu göstərici 2015-ci illə müqayisədə mehmanxanaların doluluq səviyyəsinin 3 dəfə artması deməkdir.

Tələb edilən investisiya

Qış festivallarının təşkili, eləcə də nəqliyyat və yerləşdirmə xidmətlərinin müasirləşdirilməsi üçün 15 milyon manat investisiya tələb olunacaqdır.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin həyata keçirilməsi üçün tələb edilən maliyyə vəsaitinin yuxarıda qeyd edilmiş ilkin hesablamalardan daha yüksək olması əsas risk yaradan faktor ola bilər.

7.3.3. Prioritet 3.3. Mədəni turizm marşrutlarının yaradılması

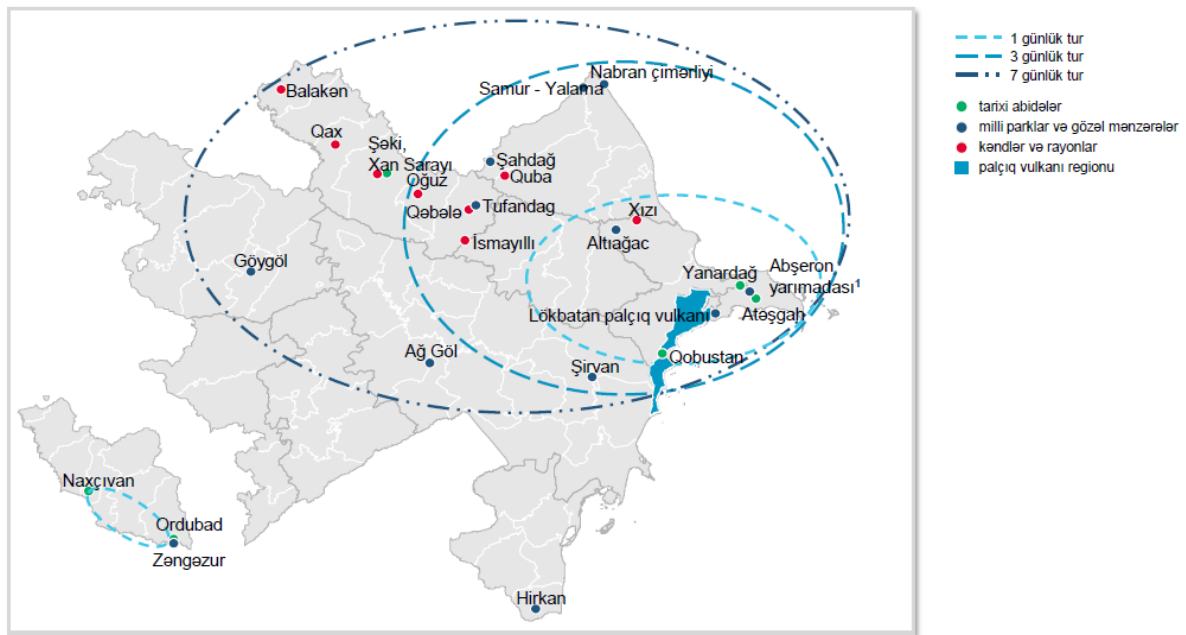
Əsaslandırma

Azərbaycan Respublikasının mədəni və tarixi irsi çox zəngindir. Hazırda turistlər üçün əhəmiyyət kəsb edən tarixi-mədəni obyektlərin bərpası və onların ərazi turizm inkişaf planlarının hazırlanması və turizm nümayiş obyekti kimi istifadəsi həyata keçirilməkdədir.

Buna müvafiq olaraq, tarixi marşrutlar (məsələn, Böyük İpək Yolu, məşhur hərbi yürüşlər, tarixi döyüş yerləri və s.) mədəni turizmin bir hissəsi olmaqla, turizmə təsiri və potensialı baxımından hərtərəfli qiymətləndirilməlidir. Adından göründüyü kimi, həmin marşrutların əksəriyyəti müxtəlif əraziləri əhatə edir. Bununla yanaşı, turistlərin zövqünə uyğun əlavə xüsusiyyətlərin (məsələn, şərabçılıq marşrutları) nəzərə alındığı tarixi və mədəni xarakterli turizm marşrutları da yaxşı qəbul olunur və bunlar Azərbaycan Respublikası üçün potensial turizm məhsulu kimi prioritetləşdirilə bilər.

Bunun nəticəsində Azərbaycan, ərazisinin şimal, şimal-qərb və qərb dəhlizi boyunca yerləşən zəngin tarixi-mədəni irsinin təşviqi, eləcə də yerli və regional səviyyədə mədəni turizm marşrutlarının yaradılması ilə qonşu ölkələrlə turizm sahəsində əməkdaşlıq üçün geniş imkanlara malik olacaq və bu da öz növbəsində bölgəyə turist axınının çoxalmasına, həmçinin turist gecələmələrinin sayının artmasına şərait yaradacaqdır.

Şəkil 23. Azərbaycan Respublikasının xəritəsi



1. Buraya Bakı şəhərinə yaxın çimərlik əraziləri daxildir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 3.3.1: Azərbaycanın şimal, şimal-qərb və qərb dəhlizləri boyunca bütün mədəni-tarixi görməli yerləri üzrə gündəlik-həftəlik avtomobil və piyada marşrutlarının tərtib edilməsi

Keçmişdə Qafqaz bölgəsindən keçərək Avropa ilə Asiyayı birləşdirən qədim ticarət marşrutu şəbəkəsi olan məşhur Böyük İpək Yolunun oxşarı olaraq ölkənin əsas turizm məkanlarından keçəcək yeni "Böyük İpək Yolu" adlı mədəni turizm marşrutu turistlərin tələbinə uyğun yenidən layihələşdiriləcək və inkişaf etdiriləcəkdir.

Bu məqsədlə, Dövlət Turizm Agentliyi digər aidiyyəti tərəflərlə (məsələn, rayonlardan olan bələdiyyələr və sahibkarlar) birlikdə işə başlayacaqdır. Eyni zamanda, mədəni marşrutlar üzrə ixtisaslaşmış qeyri-hökumət təşkilatının da yaradılması məsələsi nəzərdən keçiriləcəkdir. "Böyük İpək Yolu" mədəni turizm marşrutu, eləcə də müxtəlif maraq seqmentlərinə aid olan turistlər üçün ölkənin cəlbəediciyini daha da artırmaq məqsədilə "Aleksandr Düma Qafqazda", "Azərbaycanda şərab yolu", "Azərbaycanda alman izləri", "Azərbaycanda polyak izləri", "Babaların tarixi zəfər və şəhadət yolu" və Naxçıvanda "Nuhun gəmisi" kimi mədəni turizm marşrutları beynəlxalq tələblərə uyğun olaraq yenidən tədqiq ediləcək, bu marşrutların pasportlaşdırılması həyata keçiriləcək və marşrutlar boyu müvafiq turizm göstəriş nişanlarının yerləşdirilməsi, həmçinin Azərbaycan, ingilis, ərəb və rus dillərində xəritələrin işlənilib hazırlanması təmin ediləcəkdir. Azərbaycanın şimal, şimal-qərb və qərb dəhlizləri boyunca bütün mədəni, tarixi görməli yerləri, milli parkları müəyyən ediləcək, gündəlik-həftəlik (bir gündən beş-yeddi günədək) avtomobil və piyada marşrutlarının proqramları hazırlanacaqdır. Bu məlumatlar pasportlaşdırılmış mədəni marşrutları təşviq etmək üçün onlayn platformalar vasitəsilə ictimailəşdiriləcək, müxtəlif yerləşdirmə vasitələrini (Azərbaycana Səyahət internet sahifəsi vasitəsilə) və turizm əyləncə (nümayiş) obyektlərini də özündə əks etdirəcəkdir. Eyni zamanda, bunlarla bağlı məlumat 1.3-cü prioritetə əsasən müəyyən edilmiş hədəf ölkələrdə xarici və yerli turistlər üçün həyata keçiriləcək təbliğat-təşviqat tədbirlərinə daxil ediləcəkdir.

Tədbir 3.3.2: "Böyük İpək Yolu" və digər mədəni turizm marşrutları üzrə bələdçilik etmək üçün sertifikatlaşdırma proqramının işlənilib hazırlanması

Dövlət Turizm Agentliyi 4.1-ci prioritetə müvafiq olaraq mədəni marşrutlarda bələdçi işləmək üçün sertifikatlaşdırma proqramını da işləyib hazırlayacaqdır ki, bu zaman mədəni marşrutlar boyunca yerləşən regionların yerli sakinlərinin həmin təlimlərdə iştirakına üstünlük veriləcəkdir. Belə ki, gələn turistlərə yerli əhali tərəfindən region üzrə bələdçilik xidmətinin göstərilməsi, turistlərə evlərin və mənzillərin kirayə verilməsi üzrə təlimlərin keçirilməsi və müvafiq olaraq sertifikatların verilməsi təşkil ediləcək, mədəni marşrutlara dair məlumat verilməsi üzrə vahid metodiki vəsait və sertifikatlaşdırmanı təmin etmək üçün zəruri proqram hazırlanacaqdır.

Tədbir 3.3.3: Marşrut boyunca turizm infrastrukturunun inkişafını stimullaşdırmaq üçün 1.4-cü prioritetə müvafiq olaraq maliyyə vəsaitinin ayrılması və sahibkarlara məsləhətlərin verilməsi

Mədəni turizm marşrutlarının inkişafı üçün bu layihələrə cəlb olunan sahibkarlara təlimlər keçiləcək, onların stimullaşdırılması üçün müəyyən təkliflər veriləcəkdir. Eləcə də yerli və xarici turistlərin məmnunluğunu artırmaq üçün bu marşrutlar boyunca avtobus və qatarlarla nəqliyyat əlaqələrinin gücləndirilməsi ilə yanaşı, yerləşdirmə vasitələrinin və kempinq ərazilərinin, turist dayanacaqlarının inkişaf etdirilməsində özəl sektorun iştirakının stimullaşdırılması məqsədilə, 1.4-cü prioritetə əsasən, maliyyə vəsaitinin təmin edilməsi istiqamətində müvafiq tədbirlər görülməlidir.

Bu məqsədlə müvafiq dövlət qurumu marşrutlar boyunca turizm infrastrukturunun inkişafını stimullaşdırmaq üçün turizm sahəsində fəaliyyət göstərən kiçik və orta sahibkarlara maliyyə vəsaitinin ayrılmasını dəstəkləyəcəkdir (evlərin butik mehmanxanalara, restoranlara, suvenir mağazalarına çevrilməsi). Bu istiqamətdə, müəyyən kəndlər əsas yerləşdirmə vasitələri kimi müəyyən ediləcək və həmin ərazilərdə turizm informasiya mərkəzlərinin

qurulması üzrə investisiya qoyuluşu prioritetləşdiriləcəkdir. Bələdçi və yerləşdirmə vasitələri üzrə xidmət göstərən subyektlər üçün sertifikatlaşdırma və təlim proqramı 1.4-cü prioritetə müvafiq olaraq maliyyələşdiriləcəkdir.

Tədbir 3.3.4: Yeni mədəni turizm marşrutlarının təşviqi

Dövlət Turizm Agentliyi beynəlxalq bazarlarda keçirilən sərgilərdən və digər marketing vasitələrindən istifadə edərək, hədəf ölkələrdə mədəni turizm marşrutlarının təşviqini həyata keçirəcəkdir. Birgə turizm xidmət paketlərinin hazırlanması üçün sərhədanı ölkələrdən olan turizm agentliklərinə üstünlük veriləcəkdir.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Mədəni turizm marşrutlarının yaradılması və inkişafının 2020-ci ildə birbaşa 10 milyon manat və dolay 10 milyon manat olmaqla, ümumilikdə real ÜDM-in 20 milyon manat artımına, eləcə də 2020-ci ildə ümumilikdə 3700 olmaqla, bilavasitə turizm sektorunda 2700 yeni iş yerinin yaradılmasına səbəb olacağı proqnozlaşdırılır.

Əsas icra göstəricisi qeyd edilən mədəni marşrutlar boyunca ümumilikdə 24 ədəd turizm nümayiş obyektinin, əlavə xidmət üçün turist dayanacaqlarının ("destination stop") yaradılması və burada "7 gecəlik", "5 gecəlik", "3 gecəlik", "1 gecəlik" və "gündəlik" paketlərin satışının təklif olunmasıdır. Bu tədbir nəticəsində qeyd olunan marşrutlar üzrə yerləşəcək 24 ədəd turizm nümayiş obyektinə 180 min turist cəlb olunması gözlənilir. Bu mədəni marşrutlar boyunca yerləşdirmə vasitələrinin orta qiymətinin, bu mədəni marşrutlardan istifadə zamanı gündəlik xərclərin Bakı şəhərində turizm xərcləri ilə müqayisədə 30 faizədək aşağı olması gözlənilir.

Tələb edilən investisiya

Bu prioritet çərçivəsində yerləşdirmə vasitələrinin, eləcə də mədəni turizmin və ekoturizmin inkişafı, həmçinin marşrutlar üzərində təbliğat qurğuları və turist dayanacaqlarının yenidən qurulması üçün birdəfəlik 95 milyon manat investisiya qoyuluşu tələb olunur.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetdə adı çəkilən turizm marşrutlarının icra göstəricilərinin indiyədək yüksək olmaması və bundan sonra istifadəyə verilməsi üçün kifayət qədər yüksək maliyyə vəsaitinin və vaxtın tələb edilməsi layihənin gözlənilən nəticəni verməməsi riskini yaradır. Bu riskin qarşısını almaq üçün layihənin həyata keçirilməsini özəl sektordakı tərəfdaşlara həvalə etmək məqsədmüvafiq hesab olunur.

7.3.4. Prioritet 3.4. İşgüzar turizmin inkişafının dəstəklənməsi

Əsaslandırma

Biznes məqsədilə ölkə xaricinə səyahətləri əhatə edən işgüzar turizm müasir dövrdə turist axınının əsas tərkib hissəsi hesab edilir. Bu perspektivli turizm növünə müxtəlif sahələrdə fəaliyyət göstərən şirkətlər arasında görüşlər, konqres və konfranslar, ticarət və ya elmi-texniki əməkdaşlıq məsələləri üzrə yığıncaqlar, təbliğat-təşviqat tədbirləri ilə bağlı səfərlər, habelə beynəlxalq sərgilərdə və yarmarkalarda iştirak kimi səyahət məqsədləri daxil edilir. Müxtəlif sahələr üzrə keçirilən toplantılar ölkədə bu sahələrin daha yaxşı inkişafına və yerli mütəxəssislərin zəngin təcrübə və bilik mübadiləsi aparmasına yardımçı olur.

İşgüzar turizmin digər əhəmiyyətli cəhəti isə ölkədə məşğul əhəlinin sayının artmasına və ÜDM-də turizm sektorunun xüsusi çəkisinin yüksəldilməsinə müsbət təsir etməsidir. Bundan başqa, mövsümlilik amilindən asılı olmayan işgüzar səfərlər ölkəmizin ilboyu turizm məkanı kimi inkişafına da tökən vermiş olur. Bütün bunları nəzərə alaraq, paytaxt Bakı şəhərində və regionlarda Görüşlər Sənayesi üçün mühüm sayılan layihələrin həyata keçirilməsi Azərbaycana işgüzar turizm məqsədilə səfər edən turistlərin sayının artmasına, həmçinin irimiqyaslı beynəlxalq toplantıların (məsələn, konfrans, forum və s.) ölkəmizdə keçirilməsi istiqamətində təşəbbüslərə müsbət təsir göstərəcəkdir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 3.4.1: Yeni hədəf bazarların müəyyənləşdirilməsi və inkişaf etdirilməsi

Növbəti illərdə işgüzar turist sayına görə hazırda qabaqcıl sıralarda olan Avropa ölkələri, Hindistan, Çin, Cənubi Koreya, İndoneziya və Malayziya kimi ölkələrdən işgüzar tədbirlərin cəlb olunması üçün müvafiq bazar araşdırması aparılacaq, bu ölkələrdən işgüzar turistlərin cəlb olunmasının iqtisadi səmərəliliyi müəyyən ediləcək, satış və marketing metodları işlənilib hazırlanacaqdır.

Bunun üçün daxili resurslarla yanaşı, yuxarıda qeyd olunan hədəf bazarlara yaxından bələd olan araşdırma şirkətləri ilə əməkdaşlıq ediləcəkdir. Araşdırma nəticəsində bu bazarların səmərəli olduğu müəyyən olunarsa, həmin bazarlarda alıcılarla təchizatçıları bir araya gətirəcək sərgilərdə iştirak imkanları qiymətləndiriləcəkdir. Adıçəkilən bazarların özünəməxsusluğu nəzərə alınaraq, yerli təchizatçılarla (məsələn, mehmanxana, turizm fəaliyyəti ilə məşğul olan şirkətlər və s.) məlumat və təcrübə mübadiləsi də həyata keçiriləcəkdir.

Tədbir 3.4.2: Rusiya Federasiyası və Yaxın Şərqi bazarlarında mövqelərimizin möhkəmləndirilməsi

Rusiya Federasiyası və Yaxın Şərqi işgüzar turizm bazarlarından olan alıcıların daha böyük hissəsinin Azərbaycana cəlb edilməsi nəzərdə tutulur. Bazar araşdırması nəticəsində bu istiqamətlərdə daha əhəmiyyətli potensialın mövcudluğu məlum olarsa, Rusiya Federasiyasında və Birləşmiş Ərəb Əmirliklərində Azərbaycan Görüşlər Sənayesi üçün satış tədbirləri keçiriləcəkdir. Bu bazarlarda ölkəmizin işgüzar turizm potensialının tam qavranılmasını təmin etmək üçün satış və marketing işləri müntəzəm şəkildə aparılacaqdır. Bu fəaliyyətə müvafiq qurumların yerli nümayəndəlikləri ilə daimi əməkdaşlıq da daxildir. Onlar vasitəsilə adıçəkilən bazarlarda xüsusi biznes görüşlərinin təşkili üzrə işlərin həyata keçirilməsi, yerli dildə təbliğat materiallarının və videoqarxların hazırlanması, həmçinin yerli bazar alıcılarını bir araya gətirən sərgilərdə iştirak da nəzərdə tutulur.

Tədbir 3.4.3: Görüşlər Sənayesi üzrə Fəxri Səfirlər Klubunun yaradılması

Dünyada bir çox assosiasiyalar öz tədbirlərini hər hansı bir ölkədə keçirmək üçün bir çox şərtlər irəli sürürlər. Bu şərtlərdən ən əhəmiyyətli konfransın keçiriləcəyi ölkənin həmin assosiasiyanın üzvü olmasıdır. Bir çox hallarda məhz həmin üzvlər belə konfransların öz ölkələrində keçirilməsi üçün təşkilat daxilində fəal təbliğat aparırlar. Bu təbliğatın fəal və səmərəli aparılması üçün ölkənin Görüşlər Sənayesinin təbliğinə, o cümlədən iri tədbirləri keçirməyə qadir olduğunu nümayiş etdirən bir çox təbliğat materiallarına və təlimlərə ehtiyac yaranır. Məhz bunun üçün Azərbaycanda

irimiqyaslı toplantı və konfransların təşkilində bilavasitə əlaqələndirici rolunu oynaya biləcək elm adamları və cəmiyyətdə tanınmış simalar bir araya gətirilərək, ölkənin işgüzar turizm potensialının üzvü olduğu beynəlxalq təşkilatlarda səmərəli təbliği məqsədilə müvafiq materialların və vəsaitlərin hazırlanması istiqamətində işlər görülməkdir. Bu məqsədlə Fəxri Səfirələr Klubu yaradılacaq, Azərbaycanın görüşlər məkanı kimi təbliğatının yüksək səviyyədə aparılması məqsədilə Fəxri Səfirələr Klubunun üzvləri ilə mütəmadi görüşlər təşkil ediləcək və təlimlər keçiriləcəkdir.

Tədbir 3.4.4: Regionlarda Görüşlər Sənayesinin inkişafına dəstək verilməsi

Bazar araşdırması aparılmaqla paytaxt Bakı şəhərindən kənarda, xüsusilə də Qəbələ, Gəncə və Qusarda müxtəlif işgüzar tədbirlərin keçirilməsi məqsədilə həm onlayn resurslardan, həm də digər satış və marketinq resurslarından istifadə edilməklə aktiv təbliğat-təşviqat tədbirləri həyata keçiriləcəkdir.

Tədbir 3.4.5: Beynəlxalq əhəmiyyətli tədbirlərdə iştirak və təbliğat səfərlərinin təşkili

Azərbaycanı bütün dünyaya müasir və hərtərəfli görüş məkanı kimi tanıtmmaq məqsədilə işgüzar turizm üzrə ixtisaslaşmış "IMEX Frankfurt" və "EBTM World" kimi beynəlxalq sərgilərdə iştirakın əhəmiyyəti qiymətləndiriləcək və məqsədmüvafiq hesab edildiyi halda, xarici alıcılarla birbaşa təmas formatında görüş məkanlarının səmərəli təşviqi həyata keçiriləcəkdir. "Ace of Mice", "ATM Dubai", "Conventa" və "M&I Forums" kimi bir çox yüksək səviyyəli tədbirlərdə ölkəmizin təbliğinin həyata keçirilməsi imkanları dəyərləndiriləcəkdir. Region ölkələri, xüsusilə Gürcüstan və Qazaxıstanın konqreslər büroları ilə birgə əməkdaşlıq imkanları da araşdırılacaqdır. Bundan başqa, beynəlxalq alıcılar və Görüşlər Sənayesi üzrə ixtisaslaşan media nümayəndələri üçün tanıtım səfərləri təşkil olunacaqdır.

Tədbir 3.4.6: İşgüzar turizm üzrə beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlığın qurulması

İşgüzar turizm və assosiasiya görüşləri sahəsində beynəlxalq təcrübədən yararlanmaq və fikir mübadiləsi aparmaq ölkəmizin bu sahələrdə rəqabət qabiliyyətinin yüksəldilməsi baxımından önəmli olduğu üçün belə təcrübə və fikir mübadiləsinə şərait yaradan beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlığa xüsusi diqqət yetiriləcəkdir. Belə ki, Beynəlxalq Konqres və Konfranslar Assosiasiyası (ICCA), Peşəkar Konqres Təşkilatçılarının Beynəlxalq Assosiasiyası (IAPCO), Beynəlxalq Assosiasiyalar Birliyi (UIA) ilə sıx tərəfdaşlıq etməklə, onların satış və marketinq alətlərindən səmərəli istifadə olunacaqdır. Bu təşkilatların assosiasiyalarla sıx münasibətlərini nəzərə alaraq, onların mütəmadi qaydada keçirdikləri regional və beynəlxalq tədbirlərdə iştirak da nəzərdən keçiriləcəkdir.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

İşgüzar turizmin dəstəklənməsi üzrə görülməli tədbirlər nəticəsində, 2016-cı illə müqayisədə 2020-ci ildə Azərbaycana iki dəfə çox işgüzar turistin gələcəyi nəzərdə tutulur. Bu həm paytaxt Bakı şəhərində, həm də rayonlarda işgüzar turizm infrastrukturunun qurulmasına və turizm altsektorlarının inkişafına şərait yaradacaqdır. Eyni zamanda, işgüzar turizm birbaşa şirkət və təşkilatların maddi rifahının yaxşılaşmasına da müsbət təsir göstərəcəkdir.

Tələb edilən investisiya

Görüləcək tədbirlər üçün, hər il 1 milyon manat olmaqla, ümumilikdə 4 milyon manat vəsait tələb olunacaqdır.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin həyata keçirilməsi zamanı yarana biləcək əsas risklər Bakı şəhəri ilə işgüzar turizm üçün hədəf kimi qəbul olunmuş bazarlar arasında birbaşa hava əlaqəsi marşrutlarının məhdud sayda olması və ya ümumiyyətlə olmaması, regionda işgüzar turizm üzrə rəqabətin yüksək olması və bu turizm növü ilə bağlı Bakı şəhərində təklif olunan məkanlar üzrə diversifikasiyaya ehtiyac yaranarsa, bunun yüksək investisiya vəsaiti tələb etməsidir.

7.3.5. Prioritet 3.5. Davamlı turizm potensialının gücləndirilməsi (ekoturizm, kənd turizmi və s.)

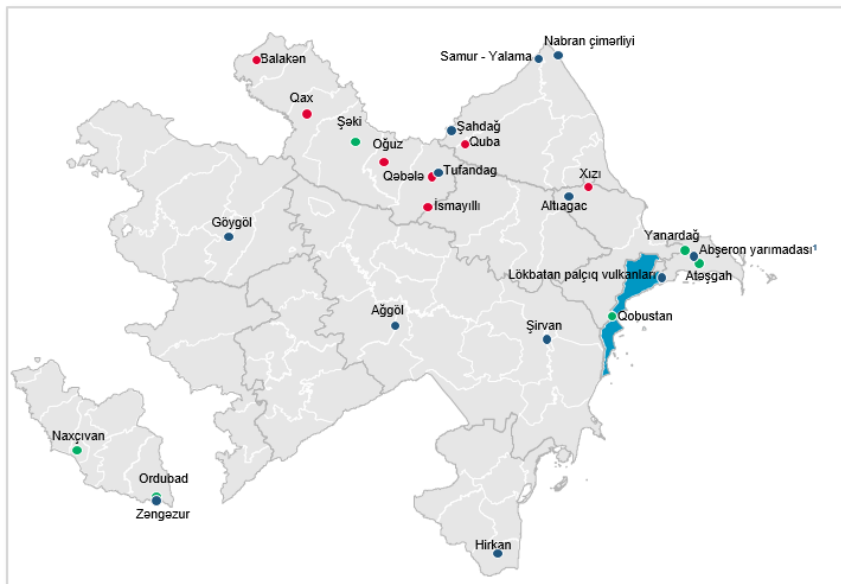
Əsaslandırma

Azərbaycan meşələr, dağlar, çaylar, bulaqlar, şəlalələr, dəniz, qoruqlar, milli parklar, eləcə də palçıq vulkanları və cəlbedici kənd əraziləri, özünəməxsus adət-ənənələri və kulinariyası kimi zəngin turizm resurslarına malikdir ki, bu da ölkəni turistlər üçün cəlbedici turizm məkanına çevirə bilər (şəkil 24). Xüsusən də ölkə ərazisində unikal təbii fenomen olan palçıq vulkanları dünyadakı palçıq vulkanlarının, demək olar ki, yarısını təşkil edir və Azərbaycan dünya üzrə bu cür cəlbedici məkanları olan cəmi 20 ölkədən biridir.

Şəkil 24. Azərbaycan Respublikasının xəritəsi və ölkə ərazisində yerləşən əsas turizm bölgələri

Tarixi abidələr	Şəhər və kəndlər	Milli parklar və təbiət gözəllikləri
- Atəşgah - Naxçıvan məqbərəsi - Ordubad Qoruğu - Qobustan - Xan Sarayı - Kiş məbədi - Əshabi-Kəhf - Yanardağ	- Balakən - İsmayilli - Qax - Qəbələ - Quba (o cümlədən Xınalıq) - Şəki	- Abşeron yarımadası¹ - Ağgöl - Altıağac - Göygöl - Hirkan - Lökbatan palçıq vulkanları - Nabran çimərliyi - Samur-Yalama - Şahdağ - Şirvan - Tufandağ - Zəngəzur

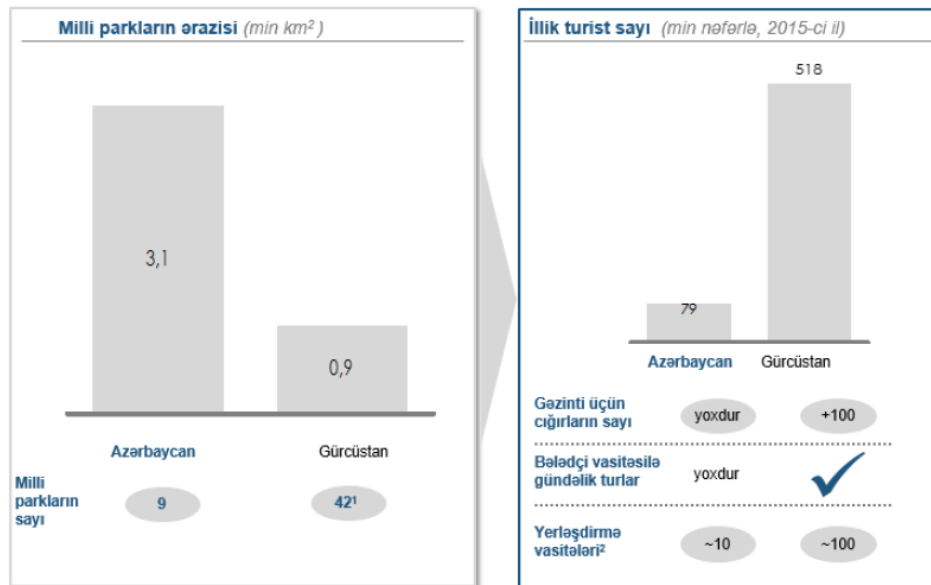
- Tarixi və dini abidələr ● Kəndlər və şəhərlər
● Milli parklar və təbiət gözəllikləri ■ Palçıq vulkanı regionları



1. Buraya Bakı şəhərinin yaxınlığında yerləşən çimərlik əraziləri də daxildir.

Bununla yanaşı, Azərbaycan ərazisində çoxlu sayda milli parklar da mövcuddur. Ölkəmizdə milli parkların ərazisinin qonşu Gürcüstanla müqayisədə çox böyük olmasına baxmayaraq, Gürcüstanın ekoloji turizmi müqayisə olunmayacaq dərəcədə çox turist cəlb edir (şəkil 25). Statistik göstəricilərə əsasən, 2015-ci ildə Gürcüstanın 0,9 milyon kvadratkilometrlik milli park ərazisinə 518000 ziyarətçi gəlirdi halda, Azərbaycanın 3,1 milyon kvadratkilometrlik milli parkları rəsmi olaraq cəmi 75 min-^[102]-nəfərə yaxın ziyarətçi qəbul etmişdir. Bu fərq, əslində, Azərbaycan ilə Gürcüstan arasında turizm xidmət sektorunun infrastrukturunun bir-birindən fərqli səviyyəsi ilə də izah edilə bilər. Lakin Gürcüstanın milli parklarına səfər edən turistlərin sayı Azərbaycanın geniş milli park ərazisində də güclü potensialın olduğunu deməyə əsas verir. Belə ki, milli park ərazilərində, o cümlədən dağ, meşə və çaylarda turistlərin gəzintisi məqsədilə ekskursiyalar təşkil edilə bilər.

Şəkil 25. Azərbaycan və Gürcüstanda milli parkların ərazisinə və qəbul edilən turist sayına görə müqayisəli təhlil



1. Rəsmi və idarə olunan təbii qoruq və parklar daxil olmaqla

2. Milli parklara yaxın olan (10 km-dən az məsafədə) yerləşdirmə vasitələri nəzərdən keçirilib (Azərbaycan üçün xizək kurortları istisna olmaqla)

Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi, Gürcüstanın Qorunan Ərazilər Dövlət Agentliyi

Bununla yanaşı, dünya turizm sənayesində kənd turizmi də müxtəlif turizm növləri arasında mühüm yer tutur. Belə ki, iri şəhərlərdən uzaqlaşaraq sakit yaşıl guşədə istirahəti üstün tutan insanlar bu mühitin fiziki və psixoloji bərpaedici təsirlərindən faydalana bilərlər. Hazırda Azərbaycanın ayrı-ayrı regionlarında, o cümlədən kəndlərinə turistlərə yerləşdirmə vasitələri və qidalanma növləri üzrə müxtəlif xidmətlər göstərilərsə də, bu xidmətlər istənilən səviyyədə deyildir. Belə ki, kənd ərazilərində yaşayan ev sahiblərinə turizm vərdişlərinin aşılması kənd ərazilərində məşğul olan əhəlinin sayının artırılmasına, kənd turizmi sahəsində xidmət infrastrukturunun gücləndirilməsinə, kənd evlərində turizm xidməti səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasına, turizmin alternativ növlərinin və regionların iqtisadi inkişafına yardımçı olan amillərdəndir.

Kənd turizmini inkişaf etdirməklə fərdi sahibkarlıq vərdişlərinin aşılmasına, kənd yerlərində kommunal xidmətlərin inkişafına, əhəlinin, xüsusilə də qadınların məşğulluğunun artırılmasına nail olmaq mümkündür və bu məqsədlə davamlı turizm potensialından istifadə ilə bağlı bir sıra məqsədyönlü tədbirlər həyata keçiriləcəkdir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 3.5.1: Azərbaycanın ekoloji turizm potensialının araşdırılması və milli parklarda müxtəlif turizm fəaliyyətlərinin təşkili

Dövlət Turizm Agentliyi Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi ilə birlikdə Azərbaycanın ekoloji turizm imkanlarının tədqiqini həyata keçirəcək və bunun əsasında milli parklarda müxtəlif turizm fəaliyyətlərinin təşkili ilə bağlı tədbirlər planı hazırlayacaqdır. Həmçinin 3.3-cü prioritetə müvafiq olaraq, milli parklarla günlük-həftəlik nəqliyyat əlaqələrinin eskizi hazırlanacaqdır.

Milli parklarda alternativ gündəlik-həftəlik gəzinti marşrutlarının yaradılması və bu marşrutlar üzrə əlverişli fəaliyyət cədvəlinin tərtibatı işi təşkil ediləcəkdir. Bu fəaliyyətə milli parklarda potensial turizm kempinq yerlərinin müəyyən edilməsi və işlənilib hazırlanması üzrə də təkliflərin irəli sürülməsi daxildir. Təhlil nəticəsində məqsədmüvafiq hesab edilərsə, bu kempinq yerlərinin işlədilməsi özəl operatorlara da həvalə oluna bilər. Nəhayət, milli parklar boyunca məlumatlandırıcı işarələrin yerləşdirilməsi və milli parkların Azərbaycan, ingilis, alman, fransız və rus dillərində xəritələrinin hazırlanması imkanları araşdırılacaqdır.

"Azərbaycanda ekoturizm" albomu hazırlanaraq nəşr olunacaq və onlayn platformalarda yerləşdiriləcək, eyni zamanda ekoturizm üzrə internet portalının yaradılması məsələsi nəzərdən keçiriləcəkdir.

Tədbir 3.5.2: Azərbaycanda kənd turizminin inkişaf etdirilməsi

Dövlət Turizm Agentliyi 3.3-cü prioritetə müvafiq olaraq kənd turizminin inkişafı üzrə tədbirlər planı hazırlayacaqdır. Həmin tədbirlər planına əsasən, həmçinin həmin kəndlərdə mövcud olan bir sıra ənənələrin təbliği (məsələn, çörəkbişirmə, xalçaçılıq və s.) məqsədilə qısamüddətli kurslar təşkil ediləcək, eləcə də ixtisaslaşmış kənd təsərrüfatı məhsullarının brendləşdirilməsi üzrə tədbirlər görülməcəkdir. Bunun üçün, ehtiyac yaranarsa, bu prosesə yerli və xarici ekspertlərin cəlb olunması da nəzərdə tutula bilər. Turistlərin yerləşdirilməsi məqsədilə müvafiq kənd evləri də müəyyən ediləcək, həmin kənd evlərində təmir-bərpa işlərinin aparılması, kənd icmalarında turistlərin qəbulu və xidmətlərin təşkili ilə əlaqədar təlimlərin keçirilməsi, eləcə də həmin kəndlərin sakinlərinə vergi ödəmək vərdişlərinin aşılması məqsədilə maarifləndirmə işinin aparılması üçün, 1.4-cü prioritetə müvafiq olaraq, dəstək tədbirləri görülməcəkdir. Kənd evlərində minimum tələblərin təmin olunması ilə əlaqədar 4.2-ci prioritetə müvafiq olaraq standart hazırlanacaqdır.

Tədbir 3.5.3: Şamaxı Safari Parkının yaradılması və təşviqi

Şamaxı Safari Parkının yaradılması ilə bağlı aidiyyəti qurumların iştirakı ilə müvafiq tədbirlər görülməklə və bu parkın gələcəkdə onlayn platformalar və digər vasitələrlə təşviqi həyata keçiriləcəkdir.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Layihədən, ilk növbədə, kənd evi sahibləri və turistlər faydalanacaqlar. Lakin layihənin reallaşdırılması ilə daha geniş auditoriya kütləsi, o cümlədən turistlərə birbaşa xidmət göstərən (məsələn, bələdcilik, nəqliyyat, ov və s.) digər kənd sakinləri, turistlərin ehtiyaclarını ödəmək üçün ərzaq və suvenir hazırlayan xidmət sahələri də fayda əldə edəcəkdir. Kənd sakinləri arasında mütəşəkkilliyin və sahibkarlıq vərdislərinin artması ilə onların aktiv həyat tərzinə keçməsi və fəaliyyəti nəticəsində kəndlərdə infrastrukturun yaxşılaşdırılması, kənd sakinləri üçün daimi iş yerlərinin yaradılması, məşğulluğun artmasına nail olunacaq ki, bu da öz növbəsində, kəndlərdə maddi rifah səviyyəsinin yaxşılaşmasına, biznes vərdislərinin formalaşmasına və insanların sosial vəziyyətinin yüksəlməsinə səbəb olacaqdır. Bununla bərabər, hər bir şəhər və rayon barədə yerli və xarici turistlərdə müsbət rəy formalaşdırılacaq. Bu prioritetin 2020-ci ildə real ÜDM-ə təsiri 3.3-cü prioritetin nəticələrində artıq əks olunmuşdur. Milli parklarda yerli əhəlinin turizm fəaliyyətindən bəhrələnməsi təmin ediləcək, ətraf mühitin qorunmasına şərait yaradan yeni turizm məhsulları yaradılacaqdır.

Tələb edilən investisiya

Bu prioritet üzrə tələb edilən investisiya 3.3-cü prioritetin investisiya tələblərində əhatə olunmuşdur.

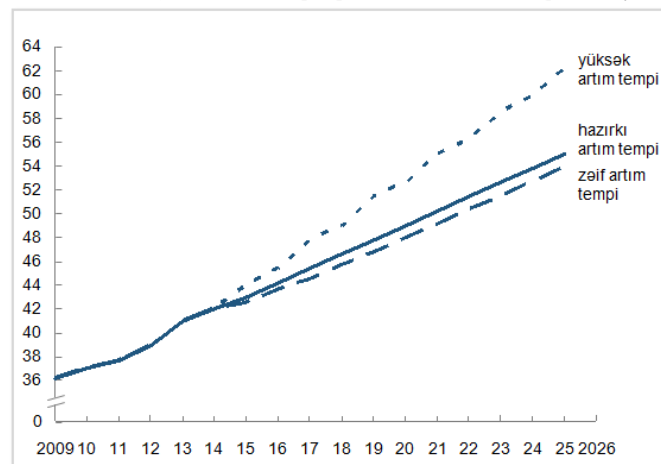
Gözlənilən risklər

Bu prioritetin həyata keçirilməsi ciddi maliyyə vəsaiti tələb etdiyi üçün gələcəkdə yaranacaq hər hansı maliyyə çatışmazlığı prioritetin icrasında əsas risk faktoru ola bilər.

7.4. Strateji hədəf 4. Turistlərin məmnunluğunun artırılması məqsədilə milli turizm keyfiyyət sisteminin yaradılması**7.4.1. Prioritet 4.1. Turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşu****Əsaslandırma**

Turizm sektorunda kadrlara olan tələb üzrə 2009-cu ildən başlayaraq illik sabit artım tempi müşahidə edilir və bu tendensiyanın Strateji Yol Xəritəsində müəyyən edilmiş əsas prioritetlərin icrası zamanı gələcəkdə də artacağı ehtimal edilir (şəkil 26). Ümumiyyətlə, 2014-cü il üzrə statistik məlumatlara əsasən, birbaşa turizm sektorunda işləyən ümumilikdə təxminən 42 min-^[103] nəfərin cəmi 10 faizi formal turizm təhsilinə malikdir.

Şəkil 26. Turizm sektorunda çalışan işçilərin sayında faktiki və proqnozlaşdırılan artım tempi (min nəfər)



Mənbə: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi

Belə ki, Azərbaycanda turizm ixtisasına yiyələnmiş məzunların sayı olduqca azdır. Gənclər arasında rəğbət qazanmasına baxmayaraq, hələ ki, işin mövsümi xarakterinə görə, tələbələr arasında turizm təhsilinə kifayət qədər üstünlük verilmir. Eyni zamanda, Azərbaycanda ali, orta ixtisas və ilk peşə-ixtisas təhsili məktəblərində turizm və otelçiliklə bağlı ixtisaslar üzrə praktik sənədlərin aşılınması üçün mövcud olan maddi-texniki baza beynəlxalq standartlara uyğun deyildir və tələbələrə daha çox nəzəri biliklər tədris olunur.

Bu sektor üzrə yüksək səviyyəli idarəçilərin yetişdirilməsini nəzərdə tutan turizm sektorunda biznesin idarə edilməsi üzrə magistr proqramı da (bundan sonra – turizm sektoru üzrə MBA proqramı) Azərbaycanda mövcud deyildir.

Təcrübəli işçilər daha yüksək əməkhaqqı imkanlarına görə Bakı şəhərində işləməyə cəhd göstərir və bu da digər regionlarda turizm müəssisələrinin təcrübəli və ixtisaslı kadrlarla təmin edilməsində çətinliklər yaradır. Bu baxımdan qonaqpərvərlik təlimi kurslarının ("hospitality training courses") təşvişləndirilməsinə və xüsusilə regionlarda mövcud, yaxud da potensial işçilərin təliminə diqqət yetirilməsi vacibdir.

Gələcəkdə turizm sektorunda artacaq tələbi nəzərə alaraq, ixtisaslı və təcrübəli məzunların sayının artırılması və peşəkar kadrların yetişdirilməsi məqsədilə turizm üzrə ixtisaslaşmış peşə təhsili müəssisələri şəbəkəsinin genişləndirilməsi, müvafiq peşə hazırlığı üzrə təlimlərin keçirilməsi və keyfiyyət sisteminin təkmilləşdirilməsi istiqamətində bir sıra tədbirlər həyata keçiriləcəkdir.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 4.1.1: Turizm sahəsində peşə təhsili və təlimi proqramlarının əlaqələndirilməsi üçün işçi qrupun yaradılması

Dövlət Turizm Agentliyi aidiyyəti dövlət qurumlarının, turizm təhsili müəssisələrinin, özəl sektorun, vətəndaş cəmiyyətinin, Büronun iştirakı ilə turizm sahəsində peşə təhsili və təlimi proqramları ilə bağlı işlərin əlaqələndirilməsi məqsədilə işçi qrup yaradacaqdır.

Tədbir 4.1.2: İşçi qrup tərəfindən bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi

İşçi qrup tərəfindən turizm sahəsində bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Belə ki, yerli və xarici ölkələrdən dəvət olunmuş mütəxəssislər işə cəlb ediləcək və təlimçilərin potensialının artırılması məqsədilə "təlimçilər üçün təlim" yanaşması tətbiq ediləcəkdir. Bundan sonra digər ölkələrin təcrübəsindən yararlanmaqla, sektorda yeni və təcrübəli əməkdaşlar üçün təlim modulları müəyyən ediləcəkdir. 1.3-cü prioritetə əsasən, hədəf ölkələrin dillərinin öyrənilməsi üçün dil kurslarının təşkilinə xüsusi diqqət yönəldilməsi nəzərdə tutulmuşdur. Daha çox Qəbələ və Quba kimi turizm regionlarında iri mehmanxanalara əməkdaşlıq etməklə, pulsuz və ya uyğun qiymətə dil, qonaqlama və yerli ixtisas kursları təşkil ediləcəkdir. Mövcud təhsil müəssisələrində turizm ixtisası üzrə illik kvota və turizm sahəsi üzrə peşə təhsili və təlimi müəssisələrində internatura proqramlarının, o cümlədən regiondakı mehmanxanalarda keçirilən yay təcrübə proqramlarının sayı artırılacaqdır.

Eyni zamanda, turizm sahəsində elmi tədqiqatların aparılmasına dəstək məqsədilə bir sıra tədbirlərin görülməsi planlaşdırılır.

Turizm sahəsində təhsil beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılacaq və müvafiq dövlət qurumları beynəlxalq akkreditasiya əldə etmək üçün tədbirlər həyata keçirəcəklər. Bundan sonra, peşə təhsili müəssisələri Azərbaycanda fəaliyyət göstərən yüksək səviyyəli mehmanxana və restoranlarla bir araya gətirilməklə, məktəblər və özəl sektor arasında əməkdaşlıq gücləndiriləcəkdir. Turizm təhsili alan bütün tələbə və şagirdlərin bu müəssisələrdə icbari təcrübə keçmələri təmin olunacaq, həmçinin işçi qrup bunlarla bağlı digər lazımı tədbirlər də həyata keçirəcəkdir.

Tədbir 4.1.3: Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin nəzdində yeni regional turizm peşə məktəblərinin yaradılması

TRZ-lərdə *Dövlət Turizm Agentliyi*, Təhsil Nazirliyi ilə birlikdə Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin (bundan sonra – ATMU) nəzdində 5 regional turizm peşə məktəbinin yaradılması nəzərdən keçirəcəkdir. Həmin məktəblərə öz təcrübə bazasını qurmaq üçün torpaq sahəsi ayrılacaq və həmin torpaq sahəsində dövlət-özəl tərəfdaşlığı modelinə əsaslanmaqla təcrübə üçün mehmanxana və restoranların yaradılması imkanları qiymətləndiriləcəkdir.

Belə ki, regional peşə məktəblərinin hər birində eyni zamanda təxminən 200 şagirdin təhsil alması, yaşaması və təcrübə keçməsi məqsədilə həmin məktəblərin yanında 100–150 yerlik yataqxananın, təcrübə mehmanxanasının və restoranın tikilməsi məsələsinə də baxılacaqdır.

Tədbir 4.1.4: Turizm sektoru üzrə peşə standartlarının və təhsil proqramlarının (kurikulumların) hazırlanması və turizm bələdçilərinin sertifikatlaşdırılması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi

Bu tədbirin icrası məqsədilə *Dövlət Turizm Agentliyi* Təhsil Nazirliyi ilə əməkdaşlıq edəcəkdir (bu barədə "Azərbaycan Respublikasında peşə təhsili və təliminin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi"ndə daha ətraflı bəhs edilmişdir).

Turizm bələdçilərinin sertifikatlaşdırılması üzrə də müvafiq işlər görülməcəkdir. *Dövlət Turizm Agentliyi* bununla bağlı Bakı şəhərində və turizm potensialı böyük olan rayonlarda turizm bələdçisi olmaq məqsədilə sertifikat əldə etmək istəyənlər üçün "Turizm bələdçisi" təlim kursları təşkil edəcək və turizm bələdçilərinin sertifikasiyasını həyata keçirəcəkdir. Təlim kurslarının təşkili prosesinə ATMU ilə birlikdə Beynəlxalq Turizm Bələdçiləri Federasiyasının da aktiv cəlb edilməsi məsələsi nəzərdən keçiriləcəkdir.

Tədbir 4.1.5: Digər sektor nümayəndələri üçün maarifləndirici seminarların təşkili

Dövlət Turizm Agentliyi tərəfindən turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artırılması və onlara daha yaxşı xidmətin göstərilməsi məqsədilə turizm sektoruna birbaşa və ya dolayı aidiyyəti olan dövlət qurumlarının nümayəndələri üçün maarifləndirici seminarların keçirilməsi işi əlaqələndiriləcəkdir.

Tədbir 4.1.6: Turizm üzrə MBA proqramının yaradılması üçün tədbirlərin görülməsi

İlk illərdə ATMU-da, daha sonra isə seçilmiş universitetlərdə turizm üzrə MBA proqramının yaradılması məqsədilə *Dövlət Turizm Agentliyi* aidiyyəti dövlət qurumları ilə birgə iş aparacaqdır. Bu məqsədlə dünyanın turizm üzrə ən yaxşı MBA məktəbləri ilə tərəfdaşlıq əlaqələri qurulacaqdır.

Gözlənilən nəticə və nəticə indikatorları

Turizm sahəsində peşə təhsilinin gücləndirilməsi bu sektorda aparılan islahatların tam gerçəkləşdirilməsi üçün əsas şərtlərdəndir. Bu prioritet sektora birbaşa təsir göstərməyə də, Azərbaycanın real ÜDM-nin artmasına kömək edəcəkdir. Bu Strateji Yol Xəritəsinin uğurlu icrası həm təhsil sahəsində yeni iş yerlərinin yaradılmasına, həm də gənclər arasında turizm ixtisasına marağın artmasına səbəb olacaqdır. 2020-ci ildə 150-yə qədər yeni iş yeri yaradılması proqnozlaşdırılır ki, bu da əlavə təlimçilərin cəlb edilməsi nəticəsində baş verəcəkdir.

Tələb edilən investisiya

Turizm sahəsində fəaliyyət göstərən işçilərin 5 faizinin bələdçi sertifikatı əldə etməsi, 10 faizinin isə xarici dil kurslarında iştirakı nəzərdə tutularsa, bununla bağlı hazırlanacaq yeni proqramlara və təlimlərin keçirilməsinə ümumilikdə 10 milyon manat investisiya tələb ediləcəkdir. Həmin proqramların tamamlanması bu prioritet üçün hədəf rolunu oynayır. Eyni zamanda, peşə təhsilinə investisiya qoyuluşunun təsir edəcəyi digər prioritetlərin də əsas icra göstəriciləri bu təşəbbüsün hədəfləri sırasındadır.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin həyata keçirilməsi ciddi maliyyə vəsaiti tələb etdiyi üçün gələcəkdə maliyyə çatışmazlığı, turizm sektorunun mövsümi xarakteri səbəbindən tələbələr arasında marağın az olması, kadr potensialının çatışmazlığı prioritetin icrasında əsas risk yaradan faktor ola bilər.

7.4.2. Prioritet 4.2. Turizm sahəsində standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi**Əsaslandırma**

Azərbaycan Respublikasının "Turizm haqqında" 1999-cu il 4 iyun tarixli Qanununda turizm məhsulu – turistlərə göstərilən xidmətlər kompleksi (turistlərin yerləşdirilməsi, daşınması, qidalanması üzrə xidmətlər kompleksi, çimərlik, ekskursiya, həmçinin bələdçi (bələdçi-tərcüməçi) xidmətləri və səfərin məqsədlərindən asılı olaraq göstərilən digər xidmətlər) kimi müəyyən edilmişdir.

Bununla yanaşı, turizm məhsulunun tərkibinə aid olan xidmətləri aşağıdakı kimi təsnif etmək olar:

- *yerləşdirmə xidməti* – bu xidməti göstərən müxtəlif yerləşdirmə vasitələrinə mehmanxanalar, qonaq evləri, istirahət mərkəzləri, kənd evləri və s. aiddir;
- *nəqliyyat xidməti* – buraya hava nəqliyyatı, avtomobil nəqliyyatı, dəmir yolu nəqliyyatı və qeyri-ənənəvi nəqliyyat xidmətləri aiddir;
- *qidalanma xidmətləri* – bu xidmətlər restoranlar, kafelər, barlar, yerləşmə vasitələrindəki müxtəlif iaşə obyektləri və digər bu kimi müəssisələr tərəfindən təqdim edilir;
- *çimərlik xidmətləri* – dövlət, bələdiyyə və özəl sahələrdə yerləşən, ekoloji, sanitariya və təhlükəsizlik normalarına cavab verən su hövzələrinin sahil zolağında yerli və xarici turistlərə çimərlik xidmətlərinin göstərilməsini əhatə edir;
- *müxtəlif xidmətlər* – əyləncə, istirahət, idman, mağaza, transfer, bank və s. bu kimi xidmətlər nəzərdə tutulur.

Göründüyü kimi, turizm məhsulu müxtəlif xidmət sahələrindən formalaşaraq kompleks xarakter daşıyır ki, bu da müxtəlif sahələr üzrə keyfiyyətli xidmətin təmin olunmasını çətinləşdirir. Beynəlxalq təcrübəyə uyğun olaraq, turizm məhsullarının keyfiyyətinin yüksəldilməsi, təhlükəsizlik məsələlərinin təmin edilməsi, istehlakçı hüquqlarının qorunması məqsədilə bu sahədə milli və beynəlxalq sertifikatların tətbiqi nəzərdə tutulur.

Hazırda Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2004-cü il 16 iyul tarixli 97 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmiş "Turist-ekskursiya xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması Qaydası"na və "Mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin təsnifatı, ulduz kateqoriyalarının müəyyənəşdirilməsi və qiymətləndirmədə meyarların tətbiq edilməsi barədə" AZS 745–2015 Dövlət standartına uyğun olaraq, ölkə ərazisində fəaliyyət göstərən mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin sertifikatlaşdırılması həyata keçirilir.

Mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin sertifikatlaşdırılmasından əlavə, yuxarıda qeyd olunan xidmətlərin sertifikatlaşdırılması xidmət səviyyəsinin yüksəldilməsinə, xidmət sahəsi üzrə dünya standartlarının ölkəmizə inteqrasiya olunmasına, keyfiyyətin təmin edilməsinə, bütövlükdə turizm sahəsinin inkişafına öz müsbət təsirini göstərəcəkdir.

Bununla belə, turizm sahəsi üzrə bəzi xidmətlərin sertifikatlaşdırılması ilə yanaşı, turizm bələdçiləri tərəfindən Azərbaycanın tarixinin, mədəniyyətinin və milli dəyərlərinin təhrif olunmadan düzgün təbliğini təmin etmək üçün əsas turist marşrutları haqqında məlumatlardan ibarət vahid metodiki vəsaitin hazırlanmasına və metodiki təlimat kimi təsdiqinə zərurət vardır. Belə ki, qidalanma və nəqliyyat xidməti üzrə sertifikatlaşdırmanın həyata keçirilməsi, turizm üzrə qabaqcıl ölkələrin təcrübəsindən yararlanaraq, keyfiyyət üzrə dövlət standartlarının yaradılması və tətbiqi, həmçinin turistlərin məlumatlandırılması üzrə metodiki təlimatların hazırlanması vacib hesab olunur.

Görüləcək tədbirlər

Tədbir 4.2.1: Qanunvericilikdə müvafiq əlavə və dəyişikliklərin edilməsi

Müvafiq turizm xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması üçün qanunvericilikdə müvafiq əlavə və dəyişikliklərə dair təkliflər hazırlanacaqdır.

Tədbir 4.2.2: Yeni milli standartların və metodiki vəsaitlərin hazırlanması

Müvafiq dövlət qurumları ekspertləri cəlb edərək, beynəlxalq tələblərə uyğun mehmanxana, turoperator, qidalanma, müalicə və sağlamlıq, ekstremal, nəqliyyat, kənd turizmi, çimərlik turizmi və s. üzrə standartlar, eləcə də turistlərin məlumatlandırılması üçün müxtəlif dillərdə (ingilis, alman, fransız, rus və ərəb dillərində) vahid metodiki vəsait hazırlayacaqlar.

Tədbir 4.2.3: Mövcud standartların təkmilləşdirilməsi

Müvafiq dövlət qurumu ekspertləri cəlb edərək, mövcud mehmanxanaların təsnifatı və iaşə obyektləri üzrə dövlət standartlarını təkmilləşdirəcəkdir.

Gözlənilən nəticələr və nəticə indikatorları

Sertifikatlaşdırma turizm məhsullarının keyfiyyətinin yaxşılaşdırılmasına və istehlakçıların təhlükəsizliyinin təmin edilməsinə, eləcə də müştəri məmuniyyətinin artmasına səbəb olacaqdır.

Tələb edilən investisiya

Bu prioritet üzrə ekspertlərin cəlb olunması və müvafiq standartların hazırlanması üçün birdəfəlik 100 min manat investisiya qoyuluşu tələb edilir.

Gözlənilən risklər

Bu prioritetin tətbiqi müəyyən bürokratik əngəllərin yaranmasına səbəb ola bilər. Bunun qarşısını almaq üçün müvafiq nəzarət mexanizmi formalaşdırılmalıdır.

8. MALİYYƏLƏŞDİRMƏ MEXANİZMLƏRİ

Müəyyən edilmiş strateji hədəflərə nail olmaq üçün 350 milyon manat investisiya tələb olunur. Dövlət Strategiyasında nəzərdə tutulan tədbirlərin icrası aşağıdakı mənbələr hesabına maliyyələşdiriləcəkdir:

- dövlət büdcəsi;
- büdcədən kənar fondlar;
- *Sahibkarlığın İnkişafı* Fondunun vəsaiti; ^[122]
- yerli büdcələr;
- mülkiyyət formasından asılı olmayaraq yerli idarə, müəssisə və təşkilatların vəsaitləri;
- birbaşa xarici investisiyalar;
- ölkə bank sisteminin kreditləri və qrantlar;

- beynəlxalq təşkilatların və xarici dövlətlərin kreditləri, texniki və maliyyə yardımı;
- qanunvericiliklə qadağan olunmayan digər mənbələr.

Maliyyə vəsaitinin müəyyən edilmiş prioritet hədəflər üçün ən səmərəli şəkildə sərf olunmasını təmin etmək məqsədilə büdcələr nəticəyə əsaslanan büdcə tərtibatı prosesi çərçivəsində işlənib hazırlanacaqdır. Tələb olunan maliyyə vəsaitinin böyük hissəsi mövcud büdcələrin restrukturizasiyası, özəl sektorun və müxtəlif investorların birgə maliyyələşdirmə söyləri ilə təmin ediləcəkdir.

9. İCRA, MONİTORİNG VƏ QIYMƏTLƏNDİRMƏ

Strateji Yol Xəritəsinin icrası

Koordinasiya və rəhbərlik: Qərarların qəbul edilməsinin sürətləndirilməsi, hesabatlılığın aydın müəyyən edilməsi və əlavə icra qabiliyyətinin formalaşdırılması üçün müvafiq koordinasiya və rəhbərlik təmin ediləcəkdir.

- Strateji Yol Xəritəsi üçün yüksək siyasi səviyyədə qərarların qəbul edilməsinin sürətləndirilməsi mexanizmi yaradılacaqdır. Bu mexanizm qərarları qəbul edən şəxslərə digər əsas iştirakçılar tərəfindən proqramın tətbiq olunmasına lazımi rəhbərliyi təmin etməyə imkan verəcəkdir. Tətbiqin prioritetləri və konkret hədəflərlə bağlı qərarlar bu mexanizm vasitəsilə qəbul ediləcəkdir.
- Əsas icraçı təşkilat tədbirin vaxtında və mahiyyəti üzrə həyata keçirilməsi üçün ona aid hər bir prioritet və tədbir üzrə məsul şəxslər təyin ediləcəkdir. Həmçinin, tədbirlər planında qeyd olunan digər qurumların iştirakı ilə prioritet üzrə məsul qurumların rəhbərliyi altında işçi qruplar yaradılacaqdır. İşçi qrupların hesabat toplantıları əsas icraçı təşkilatın rəhbərliyi ilə rüblük əsasda keçiriləcəkdir. İclaslarda rüblük ərzində görülmüş işlər və növbəti dövr üçün nəzərdə tutulmuş fəaliyyət müzakirə ediləcək. İşçi qruplar illik iş proqramı əsasında fəaliyyət göstərəcəklər. İşçi qrupun gündəlik iş rejimini və tapşırıqların bölgüsünü məsul şəxs müəyyənləşdirəcək. Bir qayda olaraq, qrupun cari görüşləri məsul şəxsin təklifi ilə əsas icraçı təşkilatda keçiriləcəkdir. Əsas icraçı təşkilat işçi qrupun maneəsiz fəaliyyətini təmin etmək üçün zəruri şərait yaradacaq, tələb olunduqda, kənar ekspertlərin texniki dəstəyindən yararlanmaq üçün addımlar atacaqdır.
- Strateji Yol Xəritəsinin icrasına nəzarət, yaranan problemlərin həlli və ya qurumlar arasında əlaqələndirmənin düzgün təşkili məqsədilə müvafiq koordinasiya qurumu ("delivery unit") müəyyən ediləcəkdir. Qurumun əsas işi tədbirlərin effektiv icrası məqsədilə zəruri qurumlar, proseslər və texnologiyalar arasında əlaqələndirmənin təşkili olacaqdır. Tədbirlər planı üzrə işçi qrupların ahəngdar işi, rüblük hesabatların ümumiləşdirilməsi və illik hesabatın hazırlanması koordinasiya qurumu tərəfindən tənzimlənəcəkdir. Bundan əlavə, həmin qurum digər qurumlar tərəfindən tələb olunan maliyyə və insan resurslarının təmin edilməsinə və zəruri hallarda, əlavə resursların cəlb olunmasına nəzarət edəcəkdir.

Strateji uyğunlaşdırma və maliyyələşdirmə: Resurslardan səmərəsiz istifadənin və hədəflər arasında yarana biləcək ziddiyyətlərin qarşısının alınmasına imkan verən səmərəli icra prosesinə nail olmaq məqsədilə Strateji Yol Xəritəsi sektorlar üzrə digər planlara və mövcud büdcələrə tam inteqrasiya olunacaqdır.

- Aidiyyəti dövlət qurumlarının təklifləri əsasında bütün müvafiq strateji sənədlər Strateji Yol Xəritəsinə uyğunlaşdırılacaq və zəruri hallarda mövcud qurumların funksiyaları hədəflərə müvafiq qaydada yenidən formalaşdırılacaqdır. Bu uyğunlaşdırma işlərinə şəffaf, ölçüləbilən tətbiq hədəfləri daxil ediləcək, bu barədə ictimaiyyətə məlumat veriləcək və prosesin izlənilməsində bu hədəflərdən istifadə olunacaqdır.
- İcra rəhbərlik, eləcə də tələb olunan resurslara və gözlənilən nəticələrə münasibətdə şəffaflığın təmin edilməsi üçün bütün prioritetlər üzrə nəzərdə tutulan tədbirlərə əsaslanan müfəssəl icra planları işlənib hazırlanacaqdır. Təyin olunmuş aparıcı qurum icra planının yerinə yetirilməsi üçün ümumi məsuliyyət daşımaqla yanaşı, planın tətbiqinə bütün əsas qurumları və özəl sektoru cəlb edəcəkdir.

Maraqlı tərəflərin səfərbər edilməsi: Həm dövlət, həm də qeyri-dövlət sektorundan yerli və beynəlxalq tərəfdaşlar Strateji Yol Xəritəsinin icrası prosesinə cəlb ediləcəklər.

- Əsas strateji tərəfdaşların müəyyən olunması və cəlb edilməsi üçün müvafiq tədbirlər görülməkdir. Hər bir prioritetin uğurlu tətbiqi üçün çoxsaylı təşkilatların və maraqlı tərəflərin cəlb edilməsi tələb olunur. Hədəflərin uyğunlaşdırılması və lazımi əlaqələndirmənin təmin edilməsi məqsədi ilə özəl sektor, dövlət müəssisələri və beynəlxalq təşkilatlar, eləcə də beynəlxalq maliyyə təşkilatları kimi kritik beynəlxalq tərəfdaşlarla işləmək üçün məşvəratçı şuralar və işçi komitələr yaradılacaqdır.
- Strateji Yol Xəritəsinin hərtərəfli dəstəklənməsi üçün vətəndaş cəmiyyəti və beyin mərkəzləri səfərbər ediləcək və işə cəlb olunacaqdır. Bundan əlavə, fəal kommunikasiya, şəffaflıq və cəlb olunma dövlət və özəl sektorun, eləcə də bütövlükdə cəmiyyətin və digər maraqlı tərəflərin səfərbər edilməsinə kömək edəcəkdir.

Strateji Yol Xəritəsinin monitorinqi və qiymətləndirilməsi

Tələb olunan alətlər, proseslər və sair vasitəsilə icranın uğurla həyata keçirilməsini təmin etmək üçün Strateji Yol Xəritəsinin monitorinqi və qiymətləndirilməsi həyata keçiriləcəkdir. Monitorinq və qiymətləndirmə aparılarkən tədbirlərin mahiyyəti üzrə icrasına, müvafiq prioritet üzrə gözlənilən nəticələrə və indikatorlara diqqət yetiriləcək, icra müddətinə uyğunluq yoxlanılacaqdır. Monitorinq və qiymətləndirmə beynəlxalq metodologiyalara uyğun tərtib edilmiş qaydalar əsasında aparılacaqdır.

İşçi qrupların illik iş proqramları koordinasiya qurumu ilə razılaşdırılaraq, əsas icraçı təşkilat tərəfindən təsdiqlənəcəkdir. İşçi qrupların rüblük iclasları koordinasiya qurumu nümayəndələrinin iştirakı ilə keçiriləcəkdir.

Rüblük üzrə görülmüş işlərə dair hesabat əsas icraçı təşkilat tərəfindən işçi qrupun rüblük iclasından ən azı 10 gün əvvəl koordinasiya qurumuna təqdim ediləcəkdir. Koordinasiya qurumu qeyd olunmuş hesabatın hərtərəfli təhlilini və qiymətləndirilməsini, həmçinin işçi qrupun rüblük iclasında baş tutmuş müzakirələri nəzərə alaraq, iclasın keçirilmə tarixindən 10 gün müddətində rüblük monitorinqin nəticələrini və növbəti dövr üçün tövsiyələri əsas icraçı təşkilata təqdim edəcəkdir. Koordinasiya qurumu və əsas icraçı təşkilat monitorinq nəticələrinin və tövsiyələrin işçi qrupun gündəlik fəaliyyətində nəzərə alınması üçün tədbirlər görəcəkdir.

10. TƏDBİRLƏR PLANI

№	Tədbirin adı	Əsas icraçı	Digər icraçılar	Nəticə indikatorları	İcra müddəti
Strateji hədəf 1. Xarici turistləri daha çox cəlb etməklə Bakı şəhərinin turizm potensialının tam gerçəkləşdirilməsi					
1.1. Milli Turizm Təbliğat Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması					
1.1.1.	Azərbaycan Turizm Bürosunun yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi [123]		2020-ci ildə 5 milyon manat birbaşa və 5 milyon manat dolayı olmaqla ümumilikdə 10 milyon manat əlavə dəyər yaranması; - Bakıda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə xarici ölkə vətəndaşları üzrə gecələmə sayının 2015-ci il üzrə təxminən 0,8 milyon gecədən 2020-ci il üzrə ən azı 3,65 milyon gecəyədək artırılması.	2017-2020 [124]
1.1.2.	Büronun fəaliyyətinin təmin edilməsi istiqamətində zəruri təşkilati işlərin yerinə yetirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Bakı şəhər İcra Hakimiyyəti, Əmlak Məsələləri Dövlət Komitəsi		2017
1.1.3.	Büro tərəfindən müxtəlif yönümlü tədbirlərin keçirilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi [125]		2017–2020
1.1.4.	Bakı şəhəri üçün 2017–2020-ci illər üzrə marketing və kommunikasiya planının hazırlanması	Azərbaycan Turizm Bürosu			2017-2020 [126]
1.1.5.	Bütün əsas tədbirləri əlaqələndirmək üçün Bakı şəhəri üzrə turizm təqviminin yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Turizm Bürosu, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti		2017-2020
1.2. Bakı şəhərindəki cəlbədiçi turizm məkanlarına dair məlumatların və turist xidmət paketlərinin yenilənməsi					
1.2.1.	Bakı şəhəri ilə bağlı məlumatlılığın qənaətbəxş səviyyəyə çatdırılması məqsədilə onlayn məlumatların təmin edilməsi və turistlərin təkrar rastlaşdığı çətinliklərin aradan qaldırılması istiqamətində tədbirlərin görülməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi, Bakı şəhər İcra Hakimiyyəti	2020-ci ildə birbaşa 30 milyon manat və 20 milyon manat dolayı olmaqla ümumilikdə 50 milyon manat əlavə dəyər yaranması; 2020-ci ildə ümumilikdə 8500 olmaqla bilavasitə turizm sektorunda 6100 yeni iş yerinin yaradılması; - Bakıda mehmanxanda və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş xarici ölkə vətəndaşlarının sayının 2015-ci il üzrə hesablanmış 0,5 milyon nəfərdən 2020-ci ildə 0,9 milyon nəfərədək artırılması; - hər turistin orta qalma müddətinin 2 gündən 3 günədək artırılması.	2017–2020
1.2.2.	Bakı şəhərinə gələn və oradan regionlara səfər edən turistlərin məlumatlılığının artırılması üçün bir sıra tədbirlərin görülməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti		2017–2020
1.2.3.	Bakı şəhərində yerləşən və ziyarətçilərinin sayı az olan məkanlar barədə məlumatlılığın artırılması	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti		2017–2020
1.2.4.	Büro tərəfindən müxtəlif dəstəkverici mexanizmlərin həyata keçirilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti		2017–2020
1.2.5.	Şəhər turu nəqliyyat vasitələrinin təklif etdiyi xidmətlərin təkmilləşdirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Turizm Bürosu, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti		2017–2020
1.2.6.	Bakı şəhərinin biznes potensialından tam faydalanmaq məqsədilə bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Turizm Bürosu, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti, Dövlət Neft Şirkəti		2017–2020
1.2.7.			Dövlət Turizm Agentliyi, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti, Nəqliyyat, Rabitə		2017–2020

	Novruz bayramı paketlərinin hazırlanması və təbliği	Azərbaycan Turizm Bürosu	və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi [127]		
1.2.8.	F1 yarışları zamanı müxtəlif tədbirlərin keçirilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti, Gənclər və İdman Nazirliyi		2017–2020
1.2.9.	Büro tərəfindən hazırlanacaq turist xidmət paketlərinin təşviqi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti, Gənclər və İdman Nazirliyi		2017–2020
1.2.10.	Ticarət festivallarının keçirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Bakı şəhər İcra Hakimiyyəti, İqtisadiyyat Nazirliyi, Vergilər Nazirliyi		2017–2020
1.2.11.	Yerli turoperatorların internet sahifəsində "özün hazırla" ("do it yourself") paketlərinin təklif edilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi		2017–2018
1.2.12.	Hədəf ölkələr üçün Bakı şəhəri və Azərbaycanın digər məkanlarının özünəməxsus dəyərlərini özündə əks etdirən xüsusi turist xidmət paketlərinin hazırlanması	Azərbaycan Turizm Bürosu			2017–2020
1.2.13.	Bakı şəhərindən hava yolu ilə digər regionlara bir və ya iki günlük səyahət paketlərinin hazırlanması	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi [128]	Dövlət Turizm Agentliyi, Azərbaycan Turizm Bürosu		2017–2020
1.3. Bakı şəhəri üzrə təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi					
1.3.1.	Əsas hədəf bazarların seçilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi	2020-ci ildə 150 milyon manat birbaşa və 80 milyon manat dolayı olmaqla ümumilikdə 230 milyon manat əlavə dəyər yaranması; 2020-ci ildə ümumilikdə 16000 olmaqla bilavasitə turizm sektorunda 11500 yeni iş yerinin yaradılması; - Bakıda mehmanxana və mehmanxana tipli müəssisələrdə yerləşdirilmiş xarici ölkə vətəndaşlarının sayının 2015-ci il üzrə müəyyən edilmiş 0,5 milyon nəfərdən 2020-ci ildə 0,9 milyon nəfərədək artırılması; - mehmanxanada yerləşdirilməmiş xarici ölkə vətəndaşlarının sayının isə 2015-ci il üzrə müəyyən edilmiş 0,8	2017
1.3.2.	Hədəf ölkə və şəhərlərin seçilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi, Maliyyə Nazirliyi, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti		2017
1.3.3.	Təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi üçün bazar araşdırmalarının aparılması	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi, Maliyyə Nazirliyi		2017–2020
1.3.4.	Marketing və media şirkətlərini cəlb etməklə hədəf şəhərlərdə Bakı şəhərinin təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi [129]		2017–2020
1.3.5.	Bazar kanallarının müəyyən edilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi, Maliyyə Nazirliyi [130]		2017–2020
1.3.6.					2017–2020

	Xarici prioritet bazarlarda nümayəndəlik ofislərinin yaradılması- ^[131]	Xarici İşlər Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, Maliyyə Nazirliyi	milyon nəfərdən 2020-ci il üzrə 1,5 milyon nəfərə qədər artırılması.	
1.4. Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun, o cümlədən uyğun qiymətə mehmanxana və cəlbedici turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi					
1.4.1.	Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun turizm sektoruna ayıracığı maliyyə vəsaitinin miqdarının müəyyən olunması	İqtisadiyyat Nazirliyi	Maliyyə Nazirliyi, Dövlət Turizm Agentliyi	· 2020-ci ildə 45 milyon manat birbaşa və 25 milyon manat dolayı olmaqla ümumilikdə 70 milyon manat əlavə dəyər yaranması; · 2020-ci ildə ümumilikdə 6200 olmaqla bilavasitə turizm sektorunda 4500 yeni iş yerinin yaradılması; · 2020-ci ildə uyğun qiymətə olan yerləşdirmə otaqlarının ümumi otaqlarda payının hazırkı 30 faiz səviyyəsində qalması; · 265 min turistin uyğun qiymətə yerləşdirmə vasitələrində yerləşdirilməsi.	2017–2020
1.4.2.	2017–2020-ci illərdə Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun vəsaitindən istifadə üzrə təşviqat- ^[132] planının hazırlanması	Dövlət Turizm Agentliyi	İqtisadiyyat Nazirliyi		2017–2020
1.4.3.	Azərbaycanın özünəməxsus dəyərlərinin və məhsullarının, o cümlədən sənətkarlıq nümunələrinin təşviqi üçün Bakı şəhərində müxtəlif tədbirlərin keçirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Turizm Bürosu, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti, Bulvar İdarəsi, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi, İçərişəhər Tarix Memarlıq Qorucu İdarəsi- ^[133]		2017–2020
1.4.4.	2020-ci ildən sonra çimərlik turizminin təşviqi üzrə fəaliyyət planının hazırlanması	Dövlət Turizm Agentliyi			2017–2020
1.4.5.	Bakı üçün iri flaqman layihələrin dəyərləndirilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti, Maliyyə Nazirliyi, Dövlət Turizm Agentliyi- ^[134]		2018–2020
1.4.6.	“Duty free” dükanları da daxil olmaqla məqsədli infrastrukturun formalaşdırılması	Dövlət Gömrük Komitəsi	Dövlət Turizm Agentliyi, Vergilər Nazirliyi, Azərbaycan Turizm Bürosu		2018–2020
1.4.7.	Məşhur brend mehmanxanaların Bakı şəhərində tikilməsinə şərait yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi	İqtisadiyyat Nazirliyi, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti		2017–2020
1.4.8.	Universitet yataqxanalarının yay aylarında uyğun qiymətə yerləşdirmə vasitəsi olaraq turistlərə təklif edilməsi istiqamətində təkliflərin hazırlanması və təşviqi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Təhsil Nazirliyi, Dövlət Turizm Agentliyi		2018–2020
Strateji hədəf 2. Turizm sektorunun inkişafı üçün ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılması					
2.1. Turizm sektorunda koordinasiyanın təşkili					
2.1.1.	Turizm Şurasının yaradılması	Azərbaycan Respublikası Prezidentinin Administrasiyası		· digər prioritetlər üçün aparıcı mexanizmlərin rolunu oynayacaq, lakin ÜDM və məşğulluğa birbaşa təsir göstərməyəcəkdir. · turizm sahəsində reallaşdırılması nəzərdə tutulan tədbirlər daha	2016
	Turizm Şurasının fəaliyyətinin təmin edilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi			2016

2.1.2.	Turizm sektorunun inkişafı istiqamətində düzgün koordinasiyanın qurulması məqsədilə işçi qrupların yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi		səmərəli, çevik və məqsədyönlü şəkildə həyata keçiriləcəkdir.	2017
2.1.3.	Strateji Yol Xəritəsinin prioritetlərinin nəzərdən keçirilməsi və icrasına başlanılması üçün mövcud proqramlara zəruri dəyişikliklərin edilməsi məqsədilə təkliflərin verilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi			2017
2.1.4.	Prioritetlərin həyata keçirilməsi üçün müşahidə sisteminin yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi			2017
2.2. Turizm və Rekreasiya Zonalarının (TRZ) yaradılması					
2.2.1.	TRZ-lərin idarəetmə strukturunun yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi		digər prioritetlər üçün aparıcı mexanizm rolunu oynayacaq, lakin ÜDM və məşğulluğa birbaşa təsir göstərməyəcəkdir.	2016
2.2.2.	TRZ-lərdə fəaliyyətin turizm klasterinə uyğun qurulması	Dövlət Turizm Agentliyi	Maliyyə Nazirliyi, İqtisadiyyat Nazirliyi		2017–2018
2.2.3.	TRZ-lərin inkişaf etdirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Maliyyə Nazirliyi, İqtisadiyyat Nazirliyi		2018–2020 [135]
2.2.4.	TRZ-lər üçün illik inkişaf planlarının işlənilib hazırlanması və dərc edilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi			2018-2020 [136]
2.2.5.	Yeni TRZ-nin yaradılması ilə bağlı təhlillərin aparılması	Dövlət Turizm Agentliyi			2017–2018
2.2.6.	İllik inkişaf planlarının icrası üçün müşahidə mexanizminin yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi			2018- [137]
2.3. Yerli və xarici turistlər üçün turizmde mövsümlilik problemini regional səviyyədə aradan qaldıran turizm xidməti infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi					
2.3.1.	İlk növbədə Bakı şəhərinin, daha sonra isə bütün ölkənin turizm təqviminin hazırlanması	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Turizm Bürosu, Bakı Şəhər İcra Hakimiyyəti	digər prioritetlər üçün aparıcı mexanizm rolunu oynayacaq, lakin ÜDM və məşğulluğa birbaşa təsir göstərməyəcəkdir.	2017–2020
2.3.2.	Müxtəlif turizm növləri üzrə (sağlamlıq, ekoloji, işgüzar, kənd və s.) turistlərin aşağı mövsümi zamanlarda gəlməsinin təşviqi	Dövlət Turizm Agentliyi	Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi, Azərbaycan Turizm Bürosu		2017–2020
2.3.3.	Azərbaycan Respublikasında turizmin təşviq siyasətində mövsümliliyi azaldan tədbirlərin və layihələrin xüsusi olaraq dəstəklənməsinin təmin edilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	İqtisadiyyat Nazirliyi		2017–2020
2.3.4.	Bakı şəhərinin marketing tədbirlərində qeyri-mövsümliliyə üstünlük verilməsi	Azərbaycan Turizm Bürosu	Dövlət Turizm Agentliyi		2017–2020
2.3.5.	Ov mövsümünün müvafiq tələblər gözlənilməklə aşağı turizm mövsümünə	Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi		2017

	çəkilməsi				
2.3.6.	TRZ-lərdə qeyri-mövsümi turizmin təşviqi	Dövlət Turizm Agentliyi			2017–2020
2.4. Viza rəsmiləşdirilməsi proseslərinin və sərhəd keçid prosedurlarının sadələşdirilməsi və sürətləndirilməsi					
2.4.1.	Beynəlxalq hava limanlarında, eləcə də bütün sərhəd buraxılış məntəqələrində viza verilməsi mexanizminin asanlaşdırılmasının nəzərdən keçirilməsi	Xarici İşlər Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, Dövlət Miqrasiya Komitəsi, Dövlət Sərhəd Xidməti	· 2020-ci ildə 20 milyon manat birbaşa və 10 milyon manat dolayı olmaqla, ümumilikdə 30 milyon manat əlavə dəyər yaranması; · sadələşdirilmiş viza prosedurları nəticəsində gələn turistlərin sayında artımın yaranması.	2017–2020
2.4.2.	Ölkəyə daxil olan turistlərə xidmət məqsədilə viza ilə bağlı formaların doldurulması və ödəmənin həyata keçirilməsi üçün özünəxidmət köşklərinin istifadəyə verilməsi	Xarici İşlər Nazirliyi	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi, Dövlət Sərhəd Xidməti, Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi		2017–2018
2.4.3.	Elektron vizanın verilməsi prosesinin təkmilləşdirilməsi	Xarici İşlər Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi		2017
2.4.4.	Sərhəd buraxılış məntəqələrində əcnəbilər və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin sürətli keçidinin təmin edilməsi ilə bağlı zəruri tədbirlərin görülməsi	Dövlət Sərhəd Xidməti	Xarici İşlər Nazirliyi, Dövlət Gömrük Komitəsi, Dövlət Miqrasiya Xidməti, Azərbaycan Avtomobil Yolları Dövlət Agentliyi, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi ^[138] .		2017
2.5. Əsas tələb bazarları ilə hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi					
2.5.1.	1.1-ci prioritetdə müəyyən edilmiş Bakı şəhərinin 2017–2020-ci illər üzrə marketinq və kommunikasiya planına paralel olaraq liberal hava nəqliyyatı üzrə razılaşmaların əldə edilməsi məqsədilə işçi qrupun yaradılması	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, "Azal" QSC, Ədliyyə Nazirliyi, Maliyyə Nazirliyi, İqtisadiyyat Nazirliyi	· 2020-ci ildə 20 milyon manat birbaşa və 10 milyon manat dolayı olmaqla ümumilikdə 30 milyon manat əlavə dəyər yaranması.	2016-2018 ^[139] .
2.5.2.	Azərbaycanda aviaşirkətlərin sayının artırılması məqsədilə uyğun qiymətə xidmətlər təklif edən şirkətlərin və milli	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar	Dövlət Turizm Agentliyi, "Azal" QSC, İqtisadiyyat		2017–2020

	aviaşirkətlərin formalaşdırılmasının dəstəklənməsi	Nazirliyi	Nazirliyi, Maliyyə Nazirliyi		
2.5.3.	Bakı şəhərinə həftəsonu səfər edən səyahətçilərin gözləntilərinin daha yaxşı qarşılınması üçün uçuş cədvəllərinin (1.3-cü prioritetə müvafiq olaraq müəyyənləşdirilmiş hədəf ölkələrə və ölkələrdən) optimallaşdırılması	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, "Azal" QSC, Azərbaycan Turizm Bürosu		2017–2020
2.5.4.	Azərbaycanın regional hava limanlarında göstərilən xidmətlərin cari səviyyəsinin müəyyən edilməsi, hava limanlarına genişləndirilməsi ehtiyaclarının dəyərləndirilməsi və 2020–2025-ci illər üzrə hava limanlarına investisiya qoyuluşu planlarının icrası ilə əlaqədar vəsaitlərin təmin edilməsi	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, "Azal" QSC, Maliyyə Nazirliyi, İqtisadiyyat Nazirliyi		2017–2020
2.5.5.	Əsas hava yolları, kurort şəbəkələri və ya səyahət şirkətləri ilə strateji tərəfdaşlığın qurulması üçün müxtəlif variantların nəzərdən keçirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi,	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi		2017–2020
Strateji hədəf 3. Yerli və regional turistlər üçün regional turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi					
3.1. Sağlamlıq turizmi üçün tələbatın yenidən formalaşdırılması					
3.1.1.	Sağlamlıq turizmi üzrə 2017–2020-ci illəri əhatə edən fəaliyyət planının hazırlanması	Dövlət Turizm Agentliyi	Səhiyyə Nazirliyi, Müvafiq İcra Hakimiyyəti orqanları, Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi	2020-ci ildə 3 milyon manat birbaşa və 2 milyon manat dolaylı olmaqla ümumilikdə 5 milyon manat əlavə dəyər yaranması; 2020-ci ildə 150 yeni iş yerinin yaradılması; - potensialdan istifadə əmsalının 65 faizədək artırılması; - mövcud 40 faizlik göstəricinin Avropa sağlamlıq xidmətlərinin səviyyəsinə çatdırılması (Naftalandakı turizm mərkəzlərindən istifadə göstəricisi nəzərdə tutulur).	2017–2018 [140]
3.1.2.	Naftalan nefti əsasında mövcud və yeni sağlamlıq məhsullarının təşviqi	Dövlət Turizm Agentliyi	Naftalan şəhər İcra Hakimiyyəti, Səhiyyə Nazirliyi, Dövlət Neft Şirkəti, Azərbaycan Turizm Bürosu, İqtisadiyyat Nazirliyi		2016–2020 [141]
3.1.3.	Qalaaltı, Naftalan və Duzdağdakı mövcud yerləşdirmə alternativlərində, sağlamlıq xidməti göstərən müəssisələrdə və turistlər üçün digər cəlbedici yerlərdə bərpa və yenidənqurma işlərinin aparılması	İqtisadiyyat Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, Turizm Şurası [142]		2017–2020

3.1.4.	Bakı və Naftalan arasında sürətli və yüksəkkeyfiyyətli avtobus və qatar xidmətlərinə başlanılması	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, “Azərbaycan Dəmir Yolları” QSC, Azərbaycan Turizm Bürosu		2017–2018
3.2. Qış turizminin inkişafının dəstəklənməsi					
3.2.1.	Nəqliyyat seçimlərinin yaxşılaşdırılması	Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi, “AZAL” QSC, Azərbaycan Turizm Bürosu	· 2020-ci ildə birbaşa 10 milyon manat və dolayısı 10 milyon manat olmaqla ümumilikdə 20 milyon əlavə dəyər yaranması; · 2020-ci ildə 300 yeni iş yerinin yaradılması; · hər bir turist üçün qış turizmi mehmanxanalarında gecələmə üzrə gəlir 195 manat həcmində (yerləşmə, dincəlmə və yemək üzrə xərclər də daxil olmaqla) saxlanılmaqla, hazırkı qış turizm mehmanxanalarının otaq satışının illik 50 faiz artırılması (bu göstərici 2015-ci illə müqayisədə mehmanxanaların doluluq səviyyəsinin 3 dəfə artması deməkdir).	2017–2018
3.2.2.	Qış turizm mərkəzlərində iclas, beynəlxalq konfrans və digər işgüzar tədbirlərin keçirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	İqtisadiyyat Nazirliyi, Azərbaycan Konqreslər Bürosu [143]		2017–2020
3.2.3.	Regiondan olan turistlərin Azərbaycana axınını artırmaq məqsədilə qış turizm komplekslərində müxtəlif mövsümlərdə böyük və cəlbedici festivalların keçirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Maliyyə Nazirliyi, Azərbaycan Turizm Bürosu		2017–2020
3.2.4.	Qış turizmi ərazilərindəki dövlət mülkiyyətində olan mehmanxanaların mövcud vəziyyətini qiymətləndirmək üçün təhlillərin aparılması və yerləşdirmə imkanlarının təkmilləşdirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Əmlak Məsələləri Dövlət Komitəsi, İqtisadiyyat Nazirliyi, Azərbaycan Konqreslər Bürosu		2017–2020
3.2.5.	Seçilmiş məktəblərdə dağ-xizək təlimi proqramının işlənilib hazırlanması və genişləndirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Gənclər və İdman Nazirliyi, Təhsil Nazirliyi		2017–2020
3.3. Mədəni turizm marşrutlarının yaradılması					
3.3.1.	Azərbaycanın şimal, şimal-qərb və qərb dəhlizləri boyunca bütün mədəni-tarixi görməli yerləri üzrə gündəlik-həftəlik avtomobil və piyada marşrutlarının tərtib edilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Nəqliyyat, Rabitə, Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi [144]	· 2020-ci ildə 10 milyon manat birbaşa və 10 milyon manat dolayısı 20 milyon manat əlavə dəyər yaranması; · 2020-ci ildə ümumilikdə 3700 olmaqla bilavasitə turizm sektorunda 2700 yeni iş yerinin yaradılması; · sadalanmış mədəni marşrutlar boyunca ümumilikdə 24 ədəd turizm nümayiş obyektinin (destination stop), əlavə xidmət üçün turist dayanacaqlarının yaradılması və burada “7 gecəlik”, “5 gecəlik”, “3 gecəlik”, “1 gecəlik” və	2017–2019
3.3.2.	“Böyük İpək Yolu” və digər mədəni turizm marşrutları üzrə bələdçilik etmək üçün sertifikatlaşdırma proqramının işlənilib hazırlanması	Dövlət Turizm Agentliyi	Təhsil Nazirliyi		2017–2020
3.3.3.	Marşrut boyu turizm infrastrukturunun inkişafını stimullaşdırmaq üçün 1.4-cü prioritetə müvafiq olaraq maliyyə vəsaitinin ayrılması və sahibkarlara məsləhətlərin verilməsi	İqtisadiyyat Nazirliyi	Dövlət Turizm Agentliyi, Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi [145]		2017–2020

3.3.4.	Yeni mədəni turizm marşrutlarının təşviqi	Dövlət Turizm Agentliyi	Xarici İşlər Nazirliyi, Dövlət Sərhəd Xidməti	“gündəlik” paketlərin satışının həyata keçirilməsi; · 24 ədəd turizm nümayiş obyektinə 180 min turistin cəlb edilməsi. · bu mədəni marşrutlar boyunca yerləşdirmə vasitələrinin orta qiymətinin, bu mədəni marşrutlardan istifadə edərkən gündəlik xərclərin Bakı şəhərində turizm xərcləri ilə müqayisədə 30 faizədən aşağı olması.	2017–2020
3.4. İşgüzar turizmin inkişafının dəstəklənməsi					
3.4.1.	Yeni hədəf bazarların təyin edilməsi və inkişaf etdirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	İqtisadiyyat Nazirliyi ^[146]	· 2016-cı il ilə müqayisədə 2020-ci ildə iki dəfə çox işgüzar turistin gəlməsi.	2017–2020
3.4.2.	Rusiya Federasiyası və Yaxın Şərq bazarlarında mövqelərimizin möhkəmləndirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Xarici İşlər Nazirliyi, Azərbaycan Konqreslər Bürosu		2017–2019
3.4.3.	Görüşlər Sənayesi üzrə Fəxri Səfirlər Klubunun yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Konqreslər Bürosu ^[147]		2017
3.4.4.	Regionlarda Görüşlər Sənayesinin inkişafına dəstək verilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Konqreslər Bürosu		2017–2020
3.4.5.	Beynəlxalq əhəmiyyətli tədbirlərdə iştirak və təbliğat səfərlərinin təşkili	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Konqreslər Bürosu		2017–2020
3.4.6.	İşgüzar turizm üzrə beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlığın qurulması	Dövlət Turizm Agentliyi	Azərbaycan Konqreslər Bürosu		2017–2020
3.5. Davamlı turizm potensialının gücləndirilməsi (ekoturizm, kənd turizmi və s.)					
3.5.1.	Azərbaycanın ekoloji turizm potensialının araşdırılması və milli parklarda müxtəlif turizm fəaliyyətlərinin təşkili	Dövlət Turizm Agentliyi	Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyi	· bu prioritetin ÜDM-ə təsiri 3.3-cü prioritetin nəticələrində əks olunmuşdur.	2017–2020
3.5.2.	Azərbaycanda kənd turizminin inkişaf etdirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi, İqtisadiyyat Nazirliyi		2017–2020
3.5.3.	Şamaxı Safari Parkının yaradılması və təşviqi	Dövlət Turizm Agentliyi			2017–2020
Strateji hədəf 4. Turistlərin məmnunluğunun artırılması məqsədilə milli turizm keyfiyyət sisteminin yaradılması					
4.1. Turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşu					
4.1.1.	Turizm sahəsində peşə təhsili və təlimi proqramlarının əlaqələndirilməsi üçün işçi qrupun yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi ^[148]	Dövlət Turizm Agentliyi , Təhsil Nazirliyi	· 2020-ci ildə 150-yə qədər yeni iş yerinin yaradılması.	2017
4.1.2.	İşçi qrup tərəfindən bir sıra tədbirlərin həyata keçirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Dövlət Turizm Agentliyi , Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası, Azərbaycan Respublikasının		2017–2020

			Prezidenti yanında Elmin İnkişafı Fondu [149]		
4.1.3.	Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin nəzdində yeni regional turizm peşə məktəblərinin yaradılması	Dövlət Turizm Agentliyi	Təhsil Nazirliyi		2017–2020
4.1.4.	Turizm sektoru üzrə peşə standartlarının və təhsil proqramlarının (kurikulumların) hazırlanması və turizm bələdçilərinin sertifikatlaşdırılması üzrə tədbirlərin həyata keçirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Təhsil Nazirliyi		2017–2020
4.1.5.	Digər sektor nümayəndələri üçün maarifləndirici seminarların təşkili	Dövlət Turizm Agentliyi	Dövlət Turizm Agentliyi [150]		2017–2020
4.1.6.	Turizm üzrə MBA proqramının yaradılması üçün tədbirlərin görülməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Təhsil Nazirliyi		2017–2020
4.2. Turizm sahəsində standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi					
4.2.1.	Qanunvericilikdə müvafiq əlavə və dəyişikliklərin edilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Standartlaşdırma, Metrologiya və Patent üzrə Dövlət Komitəsi [151]	digər prioritetlər üçün aparıcı mexanizm rolunu oynayacaq, lakin ÜDM və məşğulluğa birbaşa təsir göstərməyəcəkdir.	2017–2018
4.2.2.	Yeni milli standartların və metodiki vəsaitlərin hazırlanması	Dövlət Turizm Agentliyi [152]	Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi		2017–2020
4.2.3.	Mövcud standartların təkmilləşdirilməsi	Dövlət Turizm Agentliyi	Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi		2017–2020

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin
2016-cı il 6 dekabr tarixli 1138 nömrəli
Fərmanı ilə təsdiq edilmişdir

