



İQTİSADI İSLAHATLARIN
TƏHLİLİ VƏ KOMMUNİKASIYA
MƏRKƏZİ

İyul 2017

AZƏRBAYCAN İQTİSADI İSLAHATLAR İCMALI



AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASINDA İXTİSASLAŞMIŞ TURİZM SƏNAYESİNİN İNKİŞAFINA DAİR STRATEJİ YOL XƏRİTƏSİ



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.

“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 işçi 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.

Bu sektor üzrə uzunmüddətli perspektivə nail olmaq məqsədilə 2020-ci ilədək olan dövr üçün ölkə üzrə turizm sektorunda dörd əsas hədəf müəyyənləşdirilmişdir.

- **Xarici turistləri daha çox cəlb etməklə Bakı şəhərinin turizm potensialının tam gerçəkləşdirilməsi**

Milli Turizm Təbliğat Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması, Bakı şəhərindəki cəlbedici turizm məkanlarına dair məlumatların və turist xidmət paketlərinin yenilənməsi, Bakı şəhəri üzrə təbliğat-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi, Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun, o cümlədən uyğun qiymətə mehmanxana və cəlbedici turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi.

- **Turizm sektorunun inkişafı üçün ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılması**

Turizm Şurasının fəaliyyətinin təşkili, turizm və rekreasiya zonalarının (TRZ) yaradılması, yerli və xarici turistlər üçün turizmdə mövsümlilik

problemini regional səviyyədə aradan qaldıran turizm xidməti infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi, Əsas tələb bazarları ilə hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi.

- **Yerli və regional turistlər üçün regional turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi**

Sağlamlıq turizmi üçün tələbatın yenidən formalaşdırılması, qış turizminin inkişafının dəstəklənməsi, mədəni turizm marşrutlarının yaradılması, işgüzar turizmin inkişafının dəstəklənməsi, davamlı turizm potensialının gücləndirilməsi (ekoturizm, kənd turizmi və s.)

- **Turistlərin məmnunluğunun artırılması məqsədilə milli turizm keyfiyyət sisteminin yaradılması**

Turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşu, turizm sahəsində standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi.

GLOBAL TRENDLƏR

Turizm sektoru iqtisadiyyatın həssas sektoru kimi global iqtisadi böhranların təsirinə birbaşa məruz qalmasına baxmayaraq, 2009-cu ildən etibarən dördillik müddət ərzində böhranın təsirindən çıxaraq yenidən sürətli inkişafa başlamışdır.

Bu trendin əsasını iki mühüm amil təşkil edir:

- ABŞ, Yaponiya və Avropanın bir çox inkişaf etmiş ölkələrində müşahidə olunan iqtisadi canlanma nəticəsində həmin ölkələrdən gəlmə turistlərin və müvafiq olaraq onların gəlirlilik səviyyəsinin artması, eləcə də orta sinfin genişlənməsi,

- Dövlətlərin turizmin inkişafına artan dəstəyi nəticəsində Asiya və Latın Amerikasını ölkələrində də turizm sektorunun inkişafı, həmçinin aşağıbüdcəli hava nəqliyyatı xidmətlərinin mövcudluğu

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

- **Ölkələr və turizm məkanlarının turizm brendinin hazırlanmasına və təbliğinə daha çox diqqət yetirməsi**

Turistlərin sayının artmasını nəzərə alaraq, fərqli maraq dairəsinə malik turistlərə xidmət məqsədilə turizm sektoru mümkün olan bütün seçimləri və növləri diversifikasiya etmişdir. 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.

- **Dünya ölkələrində mühüm amil kimi hava əlaqəsinin və əlçatanlığın gücləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirilməsi**

Qabaqcıl ölkə təcrübələrində iqtisadi səmərə üçün milli aviadaşıyıcıya sahib olmaqla yanaşı, həm də uyğun qiymətə aviabiletlərin 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.

- **Flaqman layihələrin turizm məkanları üzrə sektor strategiyasının həyata keçirilməsi baxımından mühüm element hesab edilməsi**

Flaqman layihələr sektor strategiyasını dəstəkləyən operativ, böyükmiqyaslı və nəzərəçarpan 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 dairəsinə kiçiltmək və islahatların mürəkkəbliyini azaltmaqla, bütövlükdə sektor üçün səmərəli təsir göstərə bilər.

- **Master planın inkişafının turizm sektorunun sürətli inkişafı üçün əsas alət kimi istifadə edilməsi**

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.

- **İnkişafda olan ölkələrdə turizmin inkişafı üçün birbaşa xarici investisiyalara daha çox üstünlük verilməsi**

Bu, əsasən, bəzi inkişaf prosesləri üzrə yüksək investisiya qoyuluşlarının tələb edildiyi, xüsusən də infrastruktura 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.

MÖVCUD VƏZİYYƏTİN TƏHLİLİ

Turizm siyasətinin çərçivələri

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 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

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 təkmilləşdirilməsi məqsədilə “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 infrastrukturu 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 Bakıda yerləşir.

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

Azərbaycanın müxtəlif turizm növləri üzrə potensialı

• Mədəni turizm

Mədəni turizm regionların mədəni irsini, əhalisinin həyat tərzi, tarixini, incəsənətini, memarlığını, dinini və s. əhatə edən turizm növü kimi müəyyən olunur. 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.

- **Sağlamlıq turizmi**

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.

- **Dağ və qış turizmi**

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**

Son illərdə idman infrastrukturunun inkişafına böyükhəcmli maliyyə vəsaiti qoyulmuşdur. Belə ki, Bakı, Masallı, Şəki, Quba, Qazax, Gəncə, 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.

- **İşgüzar turizm**

Hazırda bu turizm növünün inkişafı məqsədilə daha çox ölkə ərazisində mövcud mehmanxanaların imkanlarından istifadə edilir.

- **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 infrastrukturunu (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**

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

- **Ov turizmi**

Azərbaycanda müvafiq lisenziyası olan ovçulara bir çox meşə heyvanlarını və çöl quşlarını ovlamaq imkanı verilir

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.

Turizm sektorunun GZİT təhlili

Güclü 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 infrastrukturalarının 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

Zəif tərəflər

- 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 təmərküzləşməsi;
- 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

- 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.

Təhlükələr

- ölkənin geosiyasi mövqeyindən asılı olaraq yarana biləcək xarici təhlükələr.

STRATEJİ BAXIŞ

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 təşkilı məqsədilə şəhərin brendinq və marketinqinin idarə olunması mexanizminin təkmilləşdirilməsi, müxtəlif seqmentlərə daxil olan turist maraqlarının qarşılınması 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 qoyuluşu və turizm sektorunda standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi həyata keçiriləcəkdir.

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 cəlbedici 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.

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 şərhı

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 marketinq tədbirlərinə başlanacaqdır. Bu cür tədbirlər fərqli mövzulara həsr olunacaq və kifayət qədər məlumattutumlu olacaqdır.

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 təsire 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;
- tədricən aşağı büdcəli gəlmə turizm göstəricisinin 265 minə çatdırılması;
- sağlamlıq obyektlərindən istifadə göstəricisinin hazırkı 40 faiz ilə müqayisədə 65 faizədək artırılması (Naftalanda sağlamlıq obyektlərinin istifadəsi nəzərdə tutulur);
- “Böyük İpək Yolu” və digər mədəni turizm marşrutları üzərində yerləşən məntəqələrə 180 mindən artıq turist cəlb olunması.

STRATEJİ MƏQSƏDLƏR

- Bakı şəhərinin turizm potensialından tam istifadə üzrə səmərəli idarəetmə sisteminin yaradılması, marketinq 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-çığışın sadələşdirilməsi, əlaqə vasitələrinin təkmilləşdirilməsi, turizm sektorunun ayrı-ayrı iştirakçıları arasında koordinasiyalı fəaliyyətin 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 turist 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

STRATEJİ HƏDƏFLƏR

Azərbaycan Respublikasında ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi üzrə ümumilikdə 4 strateji hədəf olmaqla, hər bir strateji hədəf üçün müvafiq prioritetlər müəyyən edilmişdir. Bunlar aşağıdakı şəkildə təsnif edilə bilər.

Strateji hədəf 1

- Xarici turistləri daha çox cəlb etməklə Bakı şəhərinin turizm potensialının tam gerçəkləşdirilməsi
- Milli Turizm Təbliğat Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması, Bakı şəhərindəki cəlbedici turizm məkanlarına dair məlumatların və turist xidmət paketlərinin yenilənməsi,

- Milli Turizm Təbliğət Bürosunun yaradılması və ilk olaraq Bakı şəhərində fəaliyyətinin təmin olunması, Bakı şəhərindəki cəlbedici turizm məkanlarına dair məlumatların və turist xidmət paketlərinin yenilənməsi,
- Bakı şəhəri üzrə təbliğət-təşviqat tədbirlərinin keçirilməsi,
- Bakı şəhərinin turizm infrastrukturunun, o cümlədən uyğun qiymətə mehmanxana və cəlbedici turizm məkanlarının inkişaf etdirilməsi.

• **Strateji hədəf 2**

- Turizm sektorunun inkişafı üçün ölkə üzrə əlverişli mühitin formalaşdırılması
- Turizm Şurasının fəaliyyətinin təşkili, turizm və rekreasiya zonalarının (TRZ) yaradılması,
- Yerli və xarici turistlər üçün turizmdə mövsümlilik problemini regional səviyyədə aradan qaldıran turizm xidməti infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi,
- Əsas tələb bazarları ilə hava əlaqəsinin təkmilləşdirilməsi.

• **Strateji hədəf 3**

- Yerli və regional turistlər üçün regional turizm növlərinin inkişaf etdirilməsi
- Sağlamlıq turizmi üçün tələbatın yenidən formalaşdırılması,
- Qış turizminin inkişafının dəstəklənməsi, mədəni turizm marşrutlarının yaradılması,
- İşgüzar turizmin inkişafının dəstəklənməsi,
- Davamlı turizm potensialının gücləndirilməsi (ekoturizm, kənd turizmi və s.)

• **Strateji hədəf 4**

- Turistlərin məmnunluğunun artırılması məqsədilə milli turizm keyfiyyət sisteminin yaradılması
- Turizm sahəsində təhsil proqramlarına investisiya qoyuluşu,

- Turizm sahəsində standartlaşdırma və sertifikatlaşdırma sisteminin təkmilləşdirilməsi

MALİYYƏLƏŞDİRMƏ MEXANİZMLƏRİ

Müəyyən edilmiş strateji hədəflərə nail olmaq üçün 350 milyon manat investisiya tələb olunur. Dövlət Strategiyasından nəzərdə tutulan tədbirlərin icrasının dövlət büdcəsi, büdcədən kənar fondlar; Sahibkarlığa Kömək Milli Fondunun vəsaiti, 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 hesabına maliyyələşdirilməsi nəzərdə tutulur.

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

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.

Rüb 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.



www.iqtisadiislahat.org

www.ereforms.org

www.ecoreform.az



Bakı, Yasamal rayonu,
Landau küçəsi 16, AZ 1073



info@ereforms.org



(+994)12 5213318



/ iqtisadiislahat