



ЦЕНТР АНАЛИЗА
ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ
И КОММУНИКАЦИЙ

Июль 2017

ОБЗОР
ЭКОНОМИЧЕСКИХ
РЕФОРМ
АЗЕРБАЙДЖАНА



СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ДОРОЖНАЯ КАРТА ОТНОСИТЕЛЬНО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ТУРИЗМА В АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ



Стратегическая дорожная карта включает в себя такие мероприятия, как поддержание развития туристического сектора в течение предусмотренных сроков, обеспечение качественных и конкурентоспособных туристических услуг на международном и местном рынках, формирование туристического опыта в соответствии с национальными ценностями, привлечение новых инвестиционных проектов, базирующихся на современных идеях и инновациях, и взаимная координация деятельности соответствующих органов в связи с развитием туризма.

Согласно Распоряжению Президента Азербайджанской Республики Об утверждении «Главных направлений стратегической дорожной карты по национальной экономике и основным секторам экономики» и вытекающих из этого вопросах от 16 марта 2016 года № 1897 была создана Рабочая группа в целях разработки детальных планов развития экономики Азербайджана по 11 секторам, включая 8 основных и 3 вспомогательных секторов. Настоящим Распоряжением главы государства были даны соответствующие поручения касательно разработки стратегии экономического развития и плана мероприятий до 2020 года, долгосрочного взгляда до 2025 года и целевого взгляда после 2025 года.

Для достижения долгосрочной перспективы по данному сектору были установлены четыре основные цели в туристическом секторе страны до 2025 года.

- **Полная реализация туристического потенциала города Баку с привлечением большого числа иностранных туристов**

Создание Национального бюро по пропаганде туризма и обеспечение его деятельности первоначально в городе Баку, обновление информации о привлекательных туристических местах города Баку и пакета туристических услуг, проведение агитационных и пропагандических мер по городу Баку, развитие туристической инфраструктуры города Баку, в том числе гостиничного комплекса и привлекательных туристических мест по приемлемым ценам.

- **Формирование в стране благоприятной среды для развития туристического сектора**

Организация деятельности Туристического Совета, создание туристических и рекреационных зон (ТРЗ), развитие для местных и иностранных туристов инфраструктуры туристического обслуживания, устраняющих на региональном уровне проблему сезонности в туризме, совершенствование воздушного сообщения с основными туристическими рынками.

- **Развитие региональных видов туризма для местных и региональных туристов**

Переформирование потребности для оздоровительного туризма, поддержание развития зимнего туризма, создание маршрутов культурного туризма, поддержание развития делового туризма, усиление устойчивого туристического потенциала (экотуризм, сельский туризм и т.д.).

- **Создание национальной системы качества туризма в целях повышения уровня удовлетворенности туристов**

Привлечение инвестиций к учебным программам по туризму, совершенствование системы стандартизации и сертификации в сфере туризма.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ

Несмотря на то, что туристический сектор, будучи чувствительным сектором экономики, непосредственно подвергся влиянию глобальных экономических кризисов, с 2009 года в течение четырехлетнего периода было вновь зафиксировано ускоренное развитие данного сектора после выхода его из кризисной ситуации.

Основу данного тренда составляют четыре основных фактора:

- Увеличение числа туристов из США, Японии и ряда развитых стран и повышение соответственно уровня их доходов вследствие экономического оживления, наблюдаемого в данных странах, в том числе расширение среднего класса,
- Развитие туристического сектора также в странах Азии и Латинской Америки вследствие оказания государствами поддержки развитию туризма, а также наличие услуг низкобюджетного авиатранспорта.

В целом, в соответствии с меняющейся динамикой индустрии туризма в последние годы в сфере развития стратегии туризма были определены пять основных направлений в качестве глобальных трендов.

- **Уделение большего внимания странами и туристическими местами разработке и пропаганде туристического бренда**

Туристический сектор с учетом возрастающего числа туристов диверсифицировал все возможные выборы и виды для обслуживания туристов с различным кругом интересов. В связи с этим, представители государственного и частного сектора, ориентируясь на специализированный туризм, различные бизнес модели и бренды с одновременным повышением эксклюзивных и инновационных предложений, пытаются реализовать инициативы по последующей агитации туристических центров.

- **Уделение особого внимания развитию воздушного сообщения и повышению его доступности в странах мира, как одного из важнейших факторов развития туризма**

На практике передовых стран, наряду с учреждением национального авиаперевозчика для извлечения экономической выгоды, осуществляются также различные меры и обеспечивается расширение рынка в целях организации продаж авиабилетов по доступным ценам. Наряду с этим, большинство стран приступили к упрощению визовых процедур в целях улучшения доступности, не осуществляя при этом серьезных инвестиционных вложений.

- **Признание флагманских проектов в качестве важнейшего элемента реализации секторной стратегии по конкретным туристическим местам**

Флагманские проекты – это оперативные, крупномасштабные и значительные по объему инвестиционные проекты, поддерживающие секторную стратегию, которые могут играть роль мощного средства взаимодействия и средства маркетинга при осуществлении более обширных реформ. И наконец, данные проекты могут оказать эффективное влияние на сектор в целом путем уменьшения ареала географического охвата и сложности реализуемых реформ.

- **Использование Мастер плана как основного инструмента ускоренного развития туристического сектора**

Соответствующие ведомства несут ответственность за разработку и исполнение Мастер планов, которые позволяют применять интегрированную брендовую стратегию, наряду с обеспечением привлекательности процессов для инвесторов путем их упрощения.

- **Придание в развивающихся странах значительного преимущества непосредственным иностранным инвестициям в целях развития туризма**

Данное обстоятельство в значительной степени связано со случаями, когда необходимо привлечение объемных инвестиционных вложений по ряду процессов развития, в частности инфраструктурных инвестиционных вложений. При этом сотрудничество с международными инвесторами может иметь эффективные последствия в силу участия в стоимостной цепочке в основном международных компаний даже в тех случаях, когда привлечение инвестиций не является обязательным.

АНАЛИЗ ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ

Рамки политики в сфере туризма

Вследствие реализации «Государственной программы по развитию туризма в Азербайджанской Республике в 2002-2005 годах», утвержденной Распоряжением Президента Азербайджанской Республики от 27 августа 2002 года № 1029 были созданы благоприятные условия для развития туризма и заложены основы для интеграции нашей страны в международный туристический рынок.

В продолжении данной политики Распоряжением Президента Азербайджанской Республики от 6 апреля 2010 года № 838 была утверждена «Государственная программа по развитию туризма в Азербайджанской Республике в 2010-2014 годах».

В целях рационального использования туристических ресурсов и обеспечения знакомства в широком формате с природными памятниками нашей страны, обладающей богатым географическим ландшафтом, а также с древним культурно-историческим наследием нашей страны Распоряжением Президента Азербайджанской Республики от 15 февраля 2011 года № 1320 в Азербайджанской Республике 2011 год был объявлен «Годом туризма».

В распоряжении Президента Азербайджанской Республики «О дополнительных мерах в связи с развитием туризма в Азербайджанской Республике» от 1 сентября 2016 года № 2295 нашли отражение ряд поручений соответствующим государственным органам,

касающихся развития в стране туристической инфраструктуры, формирования туристических услуг, отвечающих международным стандартам, совершенствования законодательной базы и механизма государственного регулирования данной отрасли.

Роль туризма в экономике Азербайджана

Азербайджан, расположенный на пересечении Востока и Запада, славится своей столицей - городом Баку, имеющим современную инфраструктуру и древние богатые исторические памятники, а также регионами с прекрасной природой и национальными парками. При этом неслучайно, что на долю города Баку приходится значительная часть глобального туристического сектора Азербайджана. По данным известного туристического интернет портала, 75 процентов туристических центров, которым дают предпочтение прибывающие в страну иностранные туристы, расположены в городе Баку.

Результаты последних анализов показывают, что туристический сектор Азербайджана, в целом, переживает период расцвета. В 2010-2015 годах в количестве предприятий туризма Азербайджана был зафиксирован рост в 4,5 процентов, на уровне занятости в сфере туризма – 6 процентов, в числе граждан зарубежных стран, прибывающих в страну в туристических целях, - рост в 8,5 процентов.

Потенциал Азербайджана по различным видам туризма

• Культурный туризм

Культурный туризм определяется как вид туризма, включающий культурное наследие регионов, образ жизни, историю, искусство, архитектуру, религию населения и т.д. Страна имеет огромный потенциал культурного туризма, примером чему могут послужить расположенные в Баку галерея искусства, национальная музыка мугам, хорошо развитая мировая джазовая музыка, национальные и зарубежные танцы, изысканная и богатая кухня, толерантное отношение ко всем религиям и светским встречам.

• Оздоровительный туризм

Количество теплых минеральных источников воды в стране исчисляется тысячами, среди которых воды Истису, Туршсу, Бадамлы, Галаалты, Шыхбурну, Сураханы являются самыми известными источниками лечебной воды. Кроме того, одним из важнейших курортных ресурсов Азербайджана является Нафаланская нефть.

• Горный и зимний туризм

Вследствие целенаправленных мер по развитию на территории страны горного и зимнего туризма было обеспечено развитие склонов гор как перспективных туристических зон. Так, сегодня такие известные зоны отдыха, как ЗАО Туристический Центр «Шахдаг» и Летне-зимний комплекс отдыха и туризма «Туфандаг», превратились в популярные центры отдыха.

- **Спортивный туризм**

В последние годы на развитие спортивной инфраструктуры потрачены значительные финансовые средства. Так, сдача в эксплуатацию олимпийских комплексов и центров в Баку, Масаллы, Шеки, Губе, Газахе, Гяндже, в других городах и районах, а также создание спортивных площадок и учреждений по различным спортивным сферам позволяет организовать и провести в стране масштабные соревнования по различным видам спорта (чемпионаты Европы и мира).

- **Деловой туризм**

В настоящее время в целях развития данного вида туризма в основном используются возможности функционирующих на территории страны гостиниц.

- **Пляжный туризм**

Северная (Хызы, Сиязань, Шабран, Хачмаз) и южная зона (Ленкоранский, Астаринский район) Азербайджанской Республики, начиная с Абшеронского полуострова, имеют огромный потенциал для развития пляжного туризма. Для обеспечения развития данного сектора туризма необходимым представляется приведение в будущем инфраструктуры обслуживания на территории пляжей (водоемов, бассейнов и т.д.) в соответствие с передовыми стандартами с обязательным увеличением числа дополнительных услуг (например, развлекательных центров, аттракционов). Наряду с этим, самым серьезным недостатком в нашей стране касательно данного вида туризма является короткий период зимнего сезона.

- **Экологический туризм**

Территория Азербайджана, где наблюдаются 9 из 11 климатических поясов (от полупустыни и сухих степей до горной тундры), является родиной более 4100 видов растений.

- **Охотничий туризм**

В Азербайджане охотникам, имеющим соответствующие лицензии, предоставляется возможность охотиться на различные лесные животные и птицы.

Возможности основного туристического рынка Азербайджана

Азербайджан принимает туристов фактически со всех стран мира. Туристические приоритеты страны формируются в частности из пяти основных источников с максимальным использованием существующих возможностей:

- Азербайджан (потребности местных туристов);
- Соседние страны, включая Турцию, Иран, Грузию и Россию;
- Страны Персидского залива, включая Саудовскую Аравию, Бахрейн, Кувейт, Ирак, Оман, Катар и Объединенные Арабские Эмираты;
- Государства-члены Содружества Независимых Государств (СНГ), включая Казахстан, Украину и Узбекистан;
- Страны массового туризма, включая Канаду, Китай, Евросоюз, Индию, Японию, Южную Корею и Соединенные Штаты Америки.

SWOT-анализ туристического сектора

Сильные стороны

- Древняя история, богатые культурные памятники, благоприятное географическое расположение, привлекательная природа, фольклор Азербайджана и расположение страны на стыке различных вероисповеданий;
- Наличие конференц-залов, гостиниц и других соответствующих инфраструктур обслуживания;
- Государственная поддержка развития туризма;
- Расположение страны в благоприятном географическом перекрестке – близость к Азии, Европе и Ближнему Востоку;
- Наличие опыта проведения крупных международных мероприятий;
- Определение государством туристического сектора как одного из приоритетных секторов в развитии ненефтяного сектора.

Слабые стороны

- неполное соответствие кадровой подготовки в туристической отрасли к требованиям рынка труда в плане качества и количества;
- наличие недостатков в сфере охраны окружающей среды;
- централизация учреждений туризма в основном в городе Баку;
- незначительное число формационных центров туризма в регионах страны;
- возможность путешествия в регионы страны в основном автомобильным транспортом (недостаточное развитие железнодорожной инфраструктуры, а также недостаточное число полетов в регионы страны);

- незначительное число лиц в регионах, свободно владеющих иностранными языками;
- неудовлетворительная организация работы по представлению страны;
- неполное обеспечение оперативного прохождения прибывающих в страну иностранных граждан через погранично-пропускные пункты;
- несовершенная информационно-статистическая база для ведения анализов в туристическом секторе;
- непроведение регулярных мониторингов для измерения уровня удовлетворенности прибывающих в страну туристов.

Возможности

- повышение профессионализма рабочего персонала;
- создание и развитие новых туристических услуг;
- последующее упрощение возможностей путешествия для иностранных и местных туристов;
- наличие в стране таких природных ценностей, как Нафталанская нефть и Соляной горы Нахчиванской Автономной Республике;
- поддержка туристического сектора частным сектором посредством и в форме государственно-частного партнерства.

Угрозы

- Внешние угрозы, которые могут возникнуть в зависимости от геополитического положения страны.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД

Стратегический взгляд до 2020 года

Стратегический взгляд до 2020 года заключается в превращении города Баку в основной туристический центр, реализации туристического потенциала страны, формировании благоприятной среды и инфраструктуры в целях развития индустрии туризма, а также в повышении уровня удовлетворенности туристов.

Комментарий к стратегическому взгляду

С целью более эффективного использования существующих культурно-исторических памятников и современной инфраструктуры города Баку и более целенаправленной организации проводимых в связи с этим агитационных и пропагандических мер планируется реализовать до 2020 года поддерживающие мероприятия для формирования благоприятной среды по стране в виде совершенствования механизма управления брендингом и маркетингом города, упрощения и ускорения процедуры выдачи виз для обеспечения интересов туристов, входящих в различные сегменты, а также совершенствования воздушного сообщения. Наряду с этим, предусматривается претворить в жизнь меры по развитию в регионах различных видов туризма и созданию в связи с этим всех необходимых условий для развития регионального туризма, а также обеспечить привлечение инвестиций к учебным программам и совершенствовать систему стандартизации и сертификации в туристическом секторе в целях повышения уровня удовлетворенности туристов и

создания более качественной туристической системы.

Долгосрочный взгляд до 2025 года

Долгосрочный взгляд до 2025 года заключается в том, чтобы добиться превращения Азербайджана в один из привлекательных туристических центров как среди стран региона, так и среди стран мира.

Комментарий к долгосрочному взгляду

За период до 2025 года намечается достижение в рамках данного долгосрочного взгляда основных показателей в сфере осуществления в Азербайджане брендинговых и маркетинговых мер, развития воздушного и сухопутного сообщения, улучшения инфраструктуры, расширения деятельности туристических центров, в том числе предпринимательской деятельности, и улучшения качества профессионального образования в сфере туризма.

Целевой взгляд после 2025 года

Целевой взгляд после 2025 года заключается в превращении Азербайджана в один из 20 популярных туристических мест мира, часто посещаемых туристами, и максимизировать показатели рационального использования существующих туристических ресурсов.

Комментарий к целевому взгляду

Составную часть перспективы на период после 2025 года составляет намерение превратить Азербайджан в один из 20 туристических уголков, предпочитаемых

туристами в мировом туристическом секторе. В связи с этим планируется приступить к реализации целевых и хорошо регулируемых маркетинговых мероприятий в городах и странах высокой туристической потребности, а также в популярных онлайн-платформах. Данные мероприятия будут посвящены различной тематике и будут достаточно информативными.

ЦЕЛЕВЫЕ ИНДИКАТОРЫ

Вследствие реализации установленных в туристическом секторе шестнадцати приоритетов прогнозируется:

- Рост реального ВВП Азербайджана в 2020 году до 465 миллионов манат;
- Создание в Баку и других регионах всего 35 тысяч, непосредственно в туристическом секторе – 25 тысяч рабочих мест путем реализации вышеуказанных приоритетов.

Для достижения указанных показателей за период до 2020 года установлены шесть промежуточные целевые индикаторы:

- Увеличение ночевок граждан иностранных государств в гостиницах и учреждениях гостиничного типа города Баку ориентировочно от 0,8 миллионов ночевок в 2015 году до не менее 3,65 миллионов ночевок в 2020 году;
- Увеличение сроков пребывания каждого туриста в среднем от 2-х до 3-х дней;
- Увеличение числа граждан иностранных государств, размещенных в гостиницах и учреждениях гостиничного типа города Баку, от 0,5 миллионов человек в 2015 году до 0,9 миллионов человек в 2020 году, а также увеличение числа неразмещенных иностранных граждан от 0,8 миллионов

человек в 2015 году до 1,5 миллионов человек в 2020 году;

- Постепенное доведение показателя низкобюджетных приезжих туристов до 265 тысяч человек;
- Повышение показателя использования оздоровительных объектов от текущих 40 процентов до 65 процентов (предусматривается использование оздоровительных объектов в Нафталане);
- Привлечение более 180 тысяч туристов к «Великой Шелковой Пути» и пунктам, расположенным на других культурно-туристических маршрутах.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

- Привлечение на долгосрочной перспективе постепенно возрастающего числа иностранных туристов в город Баку путем создания эффективной системы управления для максимального использования туристического потенциала города Баку, мобилизации маркетинговых и брендинговых усилий, повышения информационной составляющей о туристических объектах и усовершенствования туристической инфраструктуры;
- Обеспечение долгосрочного развития путем осуществления таких поддерживающих мер, как упрощение процедур въезда в страну и выезда из страны, совершенствование средств связи, организация координационной деятельности между отдельными участниками туристического сектора и создание туристических и рекреационных зон в целях создания в стране благоприятной туристической среды;

- Диверсификация предложений касательно туристического сектора Азербайджана и привлечение на долгосрочной перспективе наибольшего числа туристов в страну с последующим развитием регионального туризма, в частности таких видов туризма, как оздоровительный, зимний, культурный, деловой, экологический и сельский туризм;
- Повышение уровня удовлетворенности туристов путем создания системы качества туризма в целях усовершенствования услуг в туристическом секторе в плане их качественных и количественных показателей.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МИШЕНИ

В рамках Стратегической дорожной карты относительно развития индустрии специализированного туризма в Азербайджанской Республике определены в целом 4 стратегические мишени, а также соответствующие приоритеты по каждой стратегической мишени. Стратегические мишени могут быть классифицированы в нижеследующем порядке:

Стратегическая мишень 1

- Полная реализация туристического потенциала города Баку путем привлечения максимального количества иностранных туристов,
 - Создание Национального бюро по пропаганде туризма и обеспечение его деятельности первоначально в городе Баку, обновление информации о привлекательных туристических местах города Баку и пакета туристических услуг,
 - Проведение агитационных и пропагандических мер по городу Баку,
 - Развитие туристической

инфраструктуры города Баку, в том числе гостиничного комплекса и привлекательных туристических мест по приемлемым ценам.

Стратегическая мишень 2

- Формирование благоприятной среды для развития в стране туристического сектора
 - Организация деятельности Туристического Совета, создание туристических и рекреационных зон (ТРЗ),
 - Развитие для местных и иностранных туристов инфраструктуры туристического обслуживания, устраняющих на региональном уровне проблему сезонности в туризме,
 - Усовершенствование воздушного сообщения с основными туристическими рынками.

Стратегическая мишень 3

- Развитие видов регионального туризма для местных и региональных туристов
 - Переформирование потребности для оздоровительного туризма,
 - Поддержание развития зимнего туризма, создание маршрутов культурного туризма,
 - Поддержание развития делового туризма,
 - Усиление устойчивого туристического потенциала (экотуризм, сельский туризм и т.д.).

Стратегическая мишень 4

- Создание национальной системы качества туризма в целях повышения удовлетворенности туристов
 - Привлечение инвестиций к учебным программам по туризму,
 - Совершенствование системы стандартизации и сертификации в сфере туризма.

МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Для достижения установленных стратегических целей требуются инвестиции в размере 350 миллионов манат. Предусматривается финансирование исполнения намеченных в Государственной Стратегии мероприятий за счет средств государственного бюджета, внебюджетных фондов, Национального Фонда по Содействию Предпринимательству, местных бюджетов, а также средств местных учреждений, ведомств, предприятий и организаций вне зависимости от формы собственности, прямых иностранных инвестиций, кредитов и грантов банковской системы страны, кредитов международных организаций и иностранных государств, технической и финансовой помощи, в том числе за счет иных источников, не запрещенных законодательством.

В целях обеспечения рационального израсходования финансовых средств по установленным приоритетным мишеням бюджеты будут разработаны в рамках процесса составления бюджета, базирующегося на конкретных результатах. Значительная часть требуемых финансовых средств будет обеспечена за счет реструктуризации существующих бюджетов, а также усилий частного сектора и различных инвесторов по совместному финансированию.

ИСПОЛНЕНИЕ, МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА

Мониторинг и оценка Стратегической Дорожной Карты

С целью успешного исполнения Стратегической Дорожной Карты посредством требуемых инструментов, процессов и т.д. будет проводиться мониторинг и

оценка Дорожной карты. При проведении мониторинга и оценки главным образом будет уделено внимание исполнению мероприятий по существу поставленных задач, ожидаемым результатам по соответствующим приоритетам и индикаторам, а также соответствие срокам исполнения. Мониторинг и оценка будут проведены на основании правил, разработанных в соответствии с международной методологией.

Годовые рабочие программы Рабочих групп будут согласованы с Координационным советом с последующим утверждением главной исполнительной организацией. Ежеквартальные заседания Рабочих групп будут проведены с участием представителей Координационного совета.

Отчет по работам, проделанным в течение квартала, будет представлен главной исполнительной организацией в Координационный совет за не менее чем 10 дней до предполагаемой даты проведения заседания. Координационный совет после проведения всестороннего анализа и оценки указанного отчета, а также с учетом итогов обсуждений, состоявших в ходе ежеквартального заседания Рабочей группы, представит итоги ежеквартального мониторинга и свои рекомендации за последующий период в главную исполнительную организацию в течение 10 дней. Координационный совет и главная исполнительная организация осуществят все возможные меры для учета итогов мониторинга и рекомендаций в ежедневной деятельности Рабочей группы.



www.iqtisadiislahat.org

www.ereforms.org

www.ecoreform.az



Баку, Ясамалский регион,
улица Ландау 16, AZ 1073



info@ereforms.org



(+994)12 5213318



/ iqtisadiislahat