



Azərbaycan Respublikasının
Dövlət Turizm Agentliyi



azərbaycan
TURİZM BÜROSU

Azərbaycan Respublikasının turizm strategiyası 2023-2026

FEVRAL 2023



Mündəricat

Giriş	3
Azərbaycanda turizm	4
Strateji baxış, əsas prinsip və məqsədlər	6
Turizm strategiyasının 9 təməl prioriteti	7

Giriş



Azərbaycanın 2023-2026-cı illər üçün Turizm Strategiyası növbəti 4 il ərzində ölkədə turizmin inkişafını istiqamətləndirəcək hərtərəfli və strateji çərçivəni müəyyən edir. Strategiya ölkədə turizmin inkişaf yolunu müəyyən edən strateji baxışı, əsas prinsipləri və 9 təməl prioriteti diqqətə təqdim edir.¹

Qeyd edək ki, bu vacib sənəd "Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası" əsas götürülməklə hazırlanmışdır.²

¹ Bu strategiya sənədi, həmçinin, Azərbaycanın 2023-cü il üçün Turizm Strategiyası və "CAREC 2030" Turizm Strategiyası sənədlərindən faydalanmaqla hazırlanmışdır - Asiya İnkişaf Bankı, CAREC proqramı, "CAREC 2030" Turizm Strategiyasından (Dekabr 2020).
<https://www.adb.org/sites/default/files/institutional-document/668406/carec-tourism-strategy-2030.pdf>

² "Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası"
https://static.president.az/upload/Files/2022/07/22/5478ed13955fb35f0715325d7f76a8ea_3699216.pdf

Əsas nailiyyətlər

3.2 mln

ƏCNƏBİ ZİYARƏTÇİ SAYI
(2019)

1.6 mln

ƏCNƏBİ ZİYARƏTÇİ SAYI
(2022)

99%

CƏNUBİ ASIYA BAZARI
ÜZRƏ GÖSTƏRİCİLƏRİN
BƏRPASI

1.2 mlrd

GƏLMƏ TURİZMİ ÜZRƏ
XƏRCLƏMƏLƏR
(AZN)

2019-cu il Azərbaycan turizmi üçün ən uğurlu illərdən biri hesab olunur. Belə ki, həmin ildə ölkəmiz ümumilikdə 3,2 milyon əcnəbi ziyarətçi səfər edib ki, bu da beynəlxalq ziyarətçilərin sayına görə rekord göstərici hesab olunur. Qeyd edək ki, 2019-cu ildə qəbul edilmiş Turizm İnkişaf Strategiyasında 2023-cü ilin sonuna kimi 4 milyon beynəlxalq ziyarətçinin ölkəmizə səfər etməsinə nail olmaq Azərbaycanın turizm sənayesi qarşısında əsas məqsədlərdən biri kimi müəyyən edilmişdir. Təəssüf ki, 2020-ci ildən başlayaraq global pandemiya ilə əlaqədar tətbiq edilən məhdudiyyətlər, eyni zamanda regionda və onun hüdudlarından kənarda hökm sürən siyasi və iqtisadi qeyri-sabitlik və ötən iki il ərzində beynəlxalq turizm axınlarına əhəmiyyətli dərəcədə mənfi təsir göstərmişdir.

Beləliklə, xüsusilə, pandemiyanın təsirlərindən ən çox zərər görən iqtisadi fəaliyyət sahələrindən biri kimi turizm yalnız 2021-ci ilin ikinci yarısından başlayaraq bərpa dövrünə qədəm qoymuşdur. Həmin ildə ölkəyə gələn beynəlxalq ziyarətçilərin sayı, ümumilikdə,

789 982 nəfər təşkil etmişdir. Bu rəqəm 2022-ci ildə bütün əsas hədəf turizm bazarlarında gedən aktiv bərpa prosesinin nəticəsində 1.6 milyon ziyarətçiye yüksəlmişdir ki, bu da 2021-ci ilin anoloji göstəricisi ilə müqayisədə iki dəfə yüksəkdir.

Ən çox ziyarətçi gələn ilk 15 ölkə arasında qonşu ölkələrlə yanaşı, Səudiyyə Ərəbistanı, Özbəkistan, Qazaxıstan, Hindistan, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri, Almaniya və Birləşmiş Krallıq yer alıb. İlk 15-iyə daxil olan dörd ölkə – Belarus (+25%), Pakistan (+13%), Özbəkistan (+9%) və Oman (+4%) üzrə 2019-cu il göstəricilərindən belə yüksək nəticələr qeydə alınmışdır. Digər tərəfdən, ilk 15 ölkə arasında xüsusi əhəmiyyət kəsb edən üç ölkə – Türkiyə (98%), Səudiyyə Ərəbistanı (91%) və Hindistan (90%) sürətli bərpa göstəriciləri ilə diqqət çəkmişdir. Ümumilikdə, Cənubi Asiya bazarı 99% bərpa nəticəsi göstəricisi ilə digər hədəf bazarlardan fərqlənmişdir. 2022-ci ilin yanvar-noyabr aylarında gəlmə turizmi üzrə xərcləmələr 1.217 milyard manat təşkil etmişdir.

1,000

ədəd
kommunikasiya
materialının dərc
olunması

6.8 mlrd

media
əhatə dairəsi

16

sərgidə
iştirak

2022

Suqovuşan
Turizm Kompleksinin
təməlinin
qoyulması

Azərbaycan Turizm Bürosu 2022-ci ilin birinci yarısında Yaxın Şərq və Cənubi Asiya kimi əsas hədəf bazarlarında geniş marketing və kommunikasiya fəaliyyəti həyata keçirib. Bu fəaliyyətlər, həmçinin Polşa, Çexiya, alman dilli ölkələr və Birləşmiş Krallıq kimi Avropa bazarlarını da əhəmiyyətli dərəcədə əhatə etməyə başlamışdır. Ümumilikdə, ölkənin cəlbedici turizm potensialı və imkanları "CNN", "BBC" və "Euronews" kimi aparıcı beynəlxalq televiziya kanallarında nümayiş etdirilmişdir. Beləliklə, sözügedən irimiqyaslı fəaliyyətlər nəticəsində ümumi əhatə dairəsi 6.8 milyard nəfərə çatan 1000 ədəd kommunikasiya materialı dərc edilmişdir. Əlavə olaraq, 2022-ci il Azərbaycanın 16 beynəlxalq turizm sərgisində təmsil olunması, turoperatorlar və turagentliklər, o cümlədən media nümayəndələri və bloggerlər üçün Azərbaycan ilə çoxsaylı tanışlıq səfərlərinin təşkil olunması ilə yadda qalmışdır.

Həmçinin, 2019-cu ildə Gürcüstanın paytaxtı Tbilisi şəhərində Azərbaycan Turizm Bürosunun **"Azerbaijan.Travel"** qonaq mərkəzinin açılmasından sonra, 2022-ci ildə Azərbaycan Turizm Bürosunun İsrailin paytaxtı Təl-Əviv şəhərində nümayəndəliyi açılmışdır.

2022-ci ilin digər mühüm nailiyyəti Turizm İnformasiya və Dəstək Xidmətləri Mərkəzi layihəsinin pilot mərhələsinin başlanması oldu. Artıq 848 qısa nömrəsinə zəng vurmaqla həm yerli vətəndaşlar, həm də əcnəbi turistlər Çağrı mərkəzindən onları maraqlandıran suallara mərkəzləşdirilmiş qaydada cavab ala bilərlər. Pilot layihə ilkin olaraq 09:00-dan 18:00-dək fəaliyyət göstərir.

Bununla yanaşı, yerli turizm sənayesi nümayəndələri arasında institusionallaşma və şəbəkələşmə prioritet istiqamətlərdən biri olaraq qalmaqda davam edir. Turizm sahəsində 3 yeni turizm sənayesi assosiasiyası – 2018-ci ildə Azərbaycan Hotellər Assosiasiyası (AHA), 2019-cu ildə Azərbaycan Turizm Bələdçiləri Assosiasiyası (ATBA) və Azərbaycan Turizm Agentlikləri Assosiasiyası (ATAA) yaradılmışdır. Bundan əlavə, regionlarda turizmin inkişafına dəstək vermək DTA və ATB-nin gündəlik fəaliyyətinin başlıca istiqamətlərindən biridir. Belə ki, regionlarda turizm sahəsi üzrə B2B şəbəkəsinin genişləndirilməsində həlledici tədbirlərdən biri kimi Şəki, Quba, Gəncə və Lənkəran şəhərlərində Destinasiya Menecmenti Təşkilatlarının (DMT) yaradılmasını qeyd etmək olar.

Azərbaycan Respublikasının Dövlət Turizm Agentliyi 2022-ci ildə də turizm sahəsində vahid dövlət siyasətinin formalaşdırılması və həyata keçirilməsi, normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi, o cümlədən dövlət tənzimlənməsi, nəzarəti və əlaqələndirilməsi istiqamətində vəzifələrini icra etməyə davam etmişdir. 2021-ci ildə "Turizm haqqında" yeni Qanunun qəbulu, Turizm Reyestrinin aparılması Qaydasının təsdiqlənməsi və ölkədə turizm fəaliyyətini tənzimləyən milli standartların beynəlxalq tələblərə uyğunlaşdırılması kimi vacib tədbirlərlə qanunvericilik bazası təkmilləşdirilmişdir.

İşğaldan azad olunan Qarabağ və Şərqi Zəngəzur iqtisadi rayonlarının turizm potensialının öyrənilməsi və inkişaf etdirilməsi sahəsində də uğurlar əldə edilmişdir. 2022-ci ilin mart ayında Tərtər rayonunun Suqovuşan qəsəbəsində Turizm İnkişaf Konsepsiyası əsasında yaradılacaq turizm kompleksinin təməli qoyulmuşdur. Eyni zamanda Ağdamda tarixi Şahbulaq qalası ətrafında ilkin rekreasiya infrastrukturunu yaradılmışdır. Bütövlükdə, Şuşa, Daşaltı, Füzuli, Xocavənd, Cəbrayıl, Zəngilan, Qubadlı və Kəlbəcərin turizm imkanlarının qiymətləndirilməsi aparılaraq müvafiq inkişaf strategiyaları və fəaliyyət planlarına inteqrasiya edilmişdir.

Publik hüquqi şəxs olaraq DTA-nın tabeliyində təsis edilən Qorurları İdarəetmə Mərkəzi tərəfindən əhəmiyyətli tarixi-mədəni irs nümunələrinin bərpası, qorunması və dayanıqlı şəkildə idarə edilməsi istiqamətində mühüm işlər görülmüşdür. Bakı şəhərinin yaxınlığında yerləşən Atəşgah məbədinin, həmçinin Şəki şəhərində və İsmayilli rayonunun Basqal kəndində aparılan bərpa işlərinin icrası xüsusilə vurğulanmalıdır. O cümlədən, 2019-cu ilin iyun ayında Azərbaycan Respublikası Prezidenti tərəfindən Yanardağ Qoruğunda yeni muzey kompleksinin açılışı edilmiş, həmin ilin iyul ayında isə Şəki şəhərinin tarixi mərkəzi "Xan Sarayı" da daxil olmaqla YUNESKO-nun Ümumdünya İrs Siyahısına daxil edilmişdir. 2022-ci ildə Şəki, Basqal, Xınalıq və Diri Baba kimi mədəni irs baxımından əhəmiyyətli turizm məkanlarında infrastrukturun bərpası işləri aparılmışdır.

Nəhayət, Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası" ölkədə turizmin inkişafına dair strateji baxışı ehtiva etməklə turizm sektorunu iqtisadiyyatın şaxələndirilməsi siyasətinin aparıcı istiqaməti kimi bir daha təsdiqlədi.

Strateji baxış, aparıcı prinsip və məqsədlər

Strateji baxışımız Azərbaycanı yerli və beynəlxalq turistlərə Qafqaz ab-havasının əsrarəngiz təbiət və ləziz gastronomiya ilə ovsunlayıcı vəhdətinə əsaslanan qeyri-adi təcrübələr təqdim edən, əlçatan, dayanıqlı və keyfiyyətli turizm destinasiyasına çevirməkdir.

Azərbaycanın turizm inkişaf strategiyası aşağıdakı əsas prinsiplərə əsaslanır:

1. Turizm əsaslı iqtisadi artım ilə keyfiyyətli xidmət və turizm resurslarından dayanıqlı istifadə edilməsi ehtiyaclarını uzlaşdırmaq məqsədilə keyfiyyət və kəmiyyət yanaşmalarının balanslaşdırılması;
2. Təbii və mədəni irsin mühafizəsi, eləcə də ətraf mühitin qorunmasını hədəf alan məsuliyyətli planlama və idarəetmə təcrübələrinin tətbiqi;
3. Dövlətin sosial-iqtisadi inkişafa dair milli strategiyası ilə uyğunluğun təmin edilməsi;
4. Kənd yerlərində dayanıqlı və inklüziv inkişafın təşviqi yolu ilə Bakı və bölgələr arasında inkişaf fərqlərinin azaldılması;
5. Dövlət-özəl tərəfdaşlığının təşviqi və Azərbaycanın regional səviyyədə rəqabətqabiliyyətliliyinin artırılması;
6. Yerli sakinlər tərəfindən istər yerli, istərsə də beynəlxalq ziyarətçilərə müxtəlif məxsusi turizm təcrübələrinin təqdim edilməsi məqsədilə mövcud yerli resurslardan istifadə edilməsinə diqqət ayrılması;
7. Qabaqcıl beynəlxalq təcrübənin əsas götürülməsi və beynəlxalq əməkdaşlıqdan maksimum fayda əldə edilməsi.

Bu strategiyada qarşıda duran əsas məqsədlər:

- Turizm sahəsində dövlət idarəetməsinin effektivliyini və tənzimləmə potensialını artırmaq;
- Turizm sənayesinin milli gəlirə, məşğulluq səviyyəsinə və tədiyyə balansına müsbət təsirini artırmaq;
- Regionlararası inkişaf fərqlərini aradan qaldırmaq və tarazlı inkişafa nail olmaq məqsədilə kiçik və orta sahibkarlıq (KOS) subyektlərini dəstəkləmək;
- Beynəlxalq əlçatanlıq və açıqlıq siyasətini təşviq etmək;
- Turizm sahəsində innovasiya və rəqəmsallaşmaya dəstək vermək;
- Turizm məhsullarının şaxələndirilməsinə və mövsümliliyin azaldılmasına xidmət etmək;
- Peşə və ali təhsil məktəblərində aparılan əsaslı islahatlar yolu ilə insan resurslarının keyfiyyətinin artırılmasına töhfə vermək;
- Bazar araşdırması əsasında marketing və brendinq fəaliyyətlərini optimallaşdırmaq.

Turizm strategiyasının 9 təməl prioriteti

Azərbaycanın turizmin inkişafı strategiyası çərçivəsində müəyyən edilmiş strateji baxışa nail olmaq və mövcud problemləri aradan qaldırmaq məqsədilə 9 təməl prioritet müəyyən edilmişdir:

1
Turizm sahəsində
dövlət idarəetməsi

2
Tənzimləmə
potensialı

3
Destinasiyanın inkişafı,
mədəni irs və icmalar

4
Brend,
marketing
və kommunikasiya

5
Turizm
məhsulları
və təcrübələri

6
Rəqəmsallaşma,
texnologiya
və innovasiya

7
Data əsaslı təhlil
və tədqiqat

8
Turizmde
investisiyalar və
dövlət-özel tərəfdaşlığı

9
İnsan resurslarının
inkişafı

Dayanıqlılıq, təhlükəsizlik, özəl sektorun cəlb olunması, əlçatanlıq və inklüzivlik hər bir strateji prioritetdə nəzərə alınması vacib olan ümumiləşdirici faktorlardır.

Turizm sahəsində dövlət idarəetməsi

Turizm sahəsində dövlət idarəetməsinin effektivliyinin yüksəldilməsi dövlət tərəfindən sektorun inkişafına "yuxarıdan aşağı" və "aşağıdan yuxarı" yanaşmalar arasında tarazlı siyasətin təmini istiqamətində tədbirlərin görülməsini zəruri edir.³ Dövlət Turizm Agentliyi (DTA) və Azərbaycan Turizm Bürosu (ATB) keyfiyyətli strateji planlaşdırma, ziddiyyətli məqamların uzlaşdırılması, maraqlı tərəflərin fəaliyyətini istiqamətləndirmə, koordinasiya və dayanıqlı maliyyə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi yolu ilə dövlət və özəl sektordan olan maraqlı tərəflər arasında milli və yerli səviyyələrdə liderliyi təmin edir. Azərbaycanda ixtisaslaşmış turizm sənayesində dövlət idarəçiliyinin təkmilləşdirilməsi sahəsində bir sıra nailiyyətlər nəzərəcarpacaq dərəcədədir. 2018-ci ildən bəri Dövlət Turizm Agentliyi və onun ixtisaslaşmış qurumları olan Azərbaycan Turizm Bürosu və Qoruqları İdarəetmə Mərkəzi, həmçinin regional DMT-lər yaradılmışdır. Bununla yanaşı, 3 yeni turizm sənayesi assosiasiyasının – Azərbaycan Hotellər Assosiasiyası, Azərbaycan Turizm Bələdçiləri Assosiasiyası və Azərbaycan Turizm Agentlikləri Assosiasiyasının yaradılması dövlət tərəfindən dəstəklənmişdir. Həmçinin regional səviyyədə koordinasiya aləti olan regional turizm şuralarının yaradılması "2022–2026-cı illər üçün sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası"na daxil edilmişdir. Dövlət Turizm Agentliyi İqtisadiyyat Nazirliyi yanında Sahibkarlığın İnkişafı Fondunun Müşahidə Şurasına üzv seçilmişdir və turizmin inkişaf ehtiyaclarını hökumətin sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyasında bilavasitə əks olunmasını təmin etmişdir. Eyni zamanda Agentlik Nazirlər Kabineti yanında pasport indeksi və turizmin rəqabət qabiliyyətinin artırılması istiqamətində iki işçi qrupunun formalaşdırılmasına xüsusi təşəbbüs göstərmişdir.

Hazırda Azərbaycanın əsas turizm regionlarını əhatə edən və bu istiqamətdə xüsusi Dövlət Proqramının əsasını təşkil edəcək beş regional Destinasiya Menecment Planı icra olunmaqdadır. Sözügedən planlar regional destinasiyalarda turizm sektorunun prioritetləşdirilməsi və uğurlu inkişafına daha strukturlu və uzunmüddətli yanaşmanı formalaşdıracaqdır. Sözügedən planlar, həmçinin regional turizm şuralarının rəhbər sənədinə çevriləcək. Regional turizm şuraları isə öz növbəsində DMP-nin icrasını təşviq və icraya nəzarət edəcəkdir.

Siyasi baxış və istiqamətlər

Bütövlükdə, turizm sahəsində siyasi baxış turizm sahəsində iqtisadi və sosial islahatların həyata keçirilməsində dövlətin potensialını artırmaqla turizm sahəsində dövlət idarəçiliyinin effektivliyini yüksəltməkdən ibarətdir.

Daha müfəssəl:

- Dövlət və özəl sektordan olan maraqlı tərəfləri cəlb edərək milli və regional səviyyələrdə düzgün strateji planlaşdırma, institutlaşma, koordinasiya, səlahiyyətlərin ötürülməsi və maliyyə dəstəyi göstərmək yolu ilə turizmin inkişafı prosesinə rəhbərlik etmək;
- Dövlət orqanlarının müvafiq siyasətlərini turizmin inkişaf ehtiyacları ilə uzlaşdırmaq;
- Mövcud vəsaitlərdən və maliyyə resurslarından səmərəli istifadə etməklə, o cümlədən yeni dövlət-özəl maliyyələşmə mexanizmlərinin yaradılması yolu ilə turizm sektorunun davamlı maliyyələşdirilməsini təmin etmək;
- Strateji planlaşdırmanı dövlətin investisiya proqramları və büdcə siyasəti ilə uzlaşdırmaq.

³ "Yuxarıdan aşağıya" yanaşma dövlət tərəfindən ideal ictimai faydanın, eləcə də infrastruktur, planlaşdırma nəzarəti, marketing və təbliğatın təmin edilməsini ehtiva edir (Yuksel, Bramwell, & Yuksel, 2005). "Aşağıdan yuxarıya" yanaşma yerli icmaların destinasiyanın inkişafı ilə bağlı baxış və plan formalaşdırılması prosesinə cəlb edilməsi kimi izah edilir. Bu prosesdə dövlətin dəstəyi tələb oluna da bilər, olunmaya da (Vernon, Essex, Pinder və Curry, 2005).

Tənzimləmə potensialı

Turizm sahəsində idarəetmənin səmərəliliyi birbaşa olaraq dövlətin tənzimləmə potensialından asılıdır. Bu mənada, Azərbaycan hökuməti tərəfindən turizm sahəsində tənzimləmələrin işlənilib hazırlanması, tətbiqi və icrasına nəzarətin təminini əhatə edən proses və institutlar daxil olmaqla tənzimləyici idarəetmə sisteminin qurulması istiqamətində ilkin tədbirlər artıq görülmüşdür. Nəzərəçarpan dəyişikliklər kimi əsasən yerləşmə vasitələri və turizm şirkətləri üçün lisenziya tələbinin ləğv edilməsi yolu ilə bazara sərbəst giriş imkanının təmin edilməsi, turizm biznesi üçün sadələşdirilmiş vergi qeydiyyatı, təsnifat və qiymətləndirmə, mehmanxanaların icbari ulduz təsnifatı sisteminin təsis edilməsi, turizm bələdçilərinin sertifikatlaşdırılması, turoperatorlar və turagentlərin müqavilə öhdəlikləri üzrə mülki məsuliyyət sığortası mexanizminin tətbiq edilməsi, nəhayət turizm xidmətləri göstərən müəssisələr üçün COVID-19 standartlarının tətbiq edilməsini qeyd edə bilərik.

Siyasi baxış və istiqamətlər

İkinci təməl prioritetdə strateji baxış tənzimləyici idarəetmə sisteminin formalaşdırılması ilə bağlı görülən işləri yekunlaşdırmaqdan, eləcə də mövcud tənzimləmələrin keyfiyyətini artırmaqdan və yeni qəbul olunacaqların yüksək keyfiyyətdə olmasını təmin etməkdən ibarətdir.

Daha müfəssəl:

- Bazara sərbəst çıxış imkanını saxlamaqla əlverişli biznes mühitinin formalaşdırılmasına dəstək vermək;
- Turizm xidmətlərinin sertifikatlaşdırılması, təsnifatı, qiymətləndirilməsi, keyfiyyət nişanlarının verilməsi kimi bazar mexanizmləri, habelə ziyarətçi məmnuniyyətini artırmaq üçün turizm müəssisələrinin müqavilə öhdəliklərinə əməl etmələrini təmin etmək yolu ilə bazar əməliyyatlarında keyfiyyət və istehlakçı hüquqlarının müdafiəsi yanaşmasını tətbiq etmək;
- Etibarlı monitoring mexanizmlərindən istifadə etməklə tənzimləmələrin turizm bazarına mümkün mənfi təsirini minimuma endirmək;
- Aşağıdakı yanaşmalar əsasında turizm sahəsinə aid tənzimləmələr ilə digər sektoral tənzimləmələri uzlaşdırmaq (nümunə üçün, torpaqdan istifadə, şəhərsalma, investisiya, KOB-lara dəstək, büdcə və maliyyələşmə, nəqliyyat və aviasiya, regional inkişaf, təhsil, səhiyyə, mədəniyyət, məşğulluq, miqrasiya, viza və sərhədkəçmə siyasəti, təhlükəsizlik siyasəti və s.):
 - a) Digər sahəvi tənzimləmələrin turizm sektoruna olan mənfi təsirini minimuma endirmək;
 - b) Müvafiq dövlət qurumlarının mövcud normativ tənzimləmələrinin turizm sektoruna üçün mümkün faydalarını maksimuma çatdırmaq;
 - c) Digər sahəvi tənzimləmələrdən turizm sektoruna üçün imtiyaz və üstünlüklərə nail olmaq;
 - d) Turizm sektoruna digər sahəvi tələbləri tətbiq etmək;
 - e) Digər sektorların və idarəetmə siyasətlərinin inkişaf etdirilməsinə töhfə vermək.

Destinasiyanın inkişafı, mədəni irs və icmalar

Regional və yerli səviyyələrdə destinasiyanın inkişafı bütövlükdə turizmin inkişafı üçün açar rolunu oynayır. DTA-nın regional institutlaşma və potensialın inkişafı siyasəti QİM-in mədəni irsin qorunması və idarə edilməsi siyasəti ilə paralel həyata keçirilir. Bu günədək DTA yerli səviyyədə turizm siyasətini 11 Turizm İnformasiya Mərkəzi vasitəsilə həyata keçirib. Qeyd edək ki, hazırda sözügedən TİM-lərin tam səlahiyyətli və ixtisaslaşmış regional idarələrə çevrilməsi prosesi aparılır. Eyni zamanda dörd regional turizm destinasiyası prioritet elan edilmiş və həmin regionlarda Destinasiya Menecmenti Təşkilatları yaradılmışdır. Regional inkişaf, o cümlədən, xüsusi turizm və rekreasiya zonalarının planlaşdırılmasını və idarə edilməsini də nəzərdə tutur. Paralel olaraq, QİM "Palçıq Vulkanı Kompleksi" kimi turizm komplekslərinin tikintisini maliyyələşdirməklə yanaşı, tabeliyində olan qoruqlarda mədəni irsin qorunması və infrastrukturun inkişafının təmin edilməsini uğurla həyata keçirmişdir. Həmçinin mədəni irsin qorunması və idarəedilməsi təlimatları tətbiq edilmiş, Bakı və Naftalan şəhərləri, eləcə də işğaldan azad edilmiş ərazilərin yüksək səviyyəli strateji planlaşdırma prosesində turizm yanaşmasının integrasiya edilməsi təmin edilmişdir.

Siyasi baxış və istiqamətlər

Strateji baxış regional səviyyədə təkmilləşdirilmiş təmsilçiliyin təmin olunmasıdır. Qeyd edək ki, hazırda regional nümayəndəliklər infrastruktur və mövcud məhsulların inkişafı, milli mədəni irsin mühafizəsi və icmaların turizm dəyər zəncirinə aktiv cəlb edilməsi ilə bağlı regional turizmin inkişafı siyasətinə istiqamət vermək və rəhbərlik etmək baxımından zəruri potensiala malikdir.

Daha müfəssəl:

- Ərazi planlaşdırılması, turizm destinasiyalarının uğurlu idarə edilməsi və infrastrukturun dayanıqlı inkişafına yönələn siyasət vasitəsilə yeni regional turizm destinasiyalarının, turizm və rekreasiya zonalarının yaradılmasını dəstəkləmək;
- Yerli turizm xidməti təchizatçıları ilə dövlət-özlə tərəfdaşlığı modelləri əsasında yerli səviyyədə turizm bilik, bacarıq və təcrübələrinin artırılmasına dəstək göstərmək;
- Milli-mədəni irsin mühafizəsi, bərpası və idarə edilməsi ilə bağlı təlimatların icrası, habelə turizm super-struktur elementlərini ehtiva edən turizm xidmətlərini təşviq etmək yolu ilə mədəni irs ərazilərinə dayanıqlı turizm yanaşmasını integrasiya etmək;
- Regionlarda turizmə olan tələbatı, həmçinin təklif olunan turizm xidmətlərinin keyfiyyətini artırmaqla yerli icmaların iqtisadi və sosial inkişafına dəstək vermək;
- Turizm klasteri yanaşması əsasında regional destinasiyalarının ixtisaslaşmasını təmin etmək;
- Regional səviyyədə turizmin bilik və təcrübəyə əsaslanan inkişafını təşviq etmək;
- Məhsulun inkişafı və destinasiya marketinqi yanaşmaları əsasında turizm destinasiyalarının rəqabətqabiliyyətliliyinə töhfə vermək.

Brend, marketing və kommunikasiya

Destinasiyanın marketingi və branding tədbirləri vasitəsilə ölkəmizi cəlbedici turizm destinasiyasına çevirmək, əsas turizm məhsullarını tanımaq və brend mesajını çatdırmaq Azərbaycan Turizm Bürosunun əsas fəaliyyət istiqamətidir. 2018-ci ilin noyabrında yeni turizm brendinin təqdimatından sonrakı dövr ərzində ATB "Azerbaijan: Take Another Look" ("Azərbaycan: Bir daha bax") brendi əsasında uğurlu təbliğat-təşviqat işi aparmış, eləcə də beynəlxalq turizm sərgilərindəki milli stendlərinə görə bir çox mükafata layiq görülmüşdür. Həmçinin ATB hər il aparıcı turizm sərgilərində iştirak edərək Azərbaycanın turizm potensialını daha geniş coğrafiyada tanıtmaya davam edir. Bununla yanaşı, Azərbaycanın mövcud turizm imkanları **azerbaijan.travel** veb-səhifəsi, "Azerbaijan 101" onlayn təlim platforması, turizm məhsulları üzrə aparıcı onlayn platformalar (məsələn, haykinq marşrutları) və sosial media kanalları vasitəsilə də təbliğ olunur. İl ərzində B2B formatında təşkil olunan səmərəli görüşlər, çoxsaylı tanışlıq səfərləri ("FAM trips"), roudşoular və media nümayəndələri ilə qurulan uğurlu əməkdaşlıqlar da ölkəmizin inkişaf edən və dəyər qazanan turizm destinasiyası kimi tanınmasına öz böyük töhfəsini verməkdədir.

Siyasi baxış və istiqamətlər

Destinasiya marketingində strateji yanaşma ölkəmiz haqqında təsəvvürləri neft-qaz hasil edən sənaye ölkəsindən özünəməxsus təbiətə, zəngin mədəniyyətə və qədim tarixi irsi əsasında formalaşan və səyahətsevərlərin gözləntilərini üstələyən, heyrətamiz turizm təcrübələri təklif edən dayanıqlı turizm destinasiyasına çevirməkdən ibarətdir.

Daha müfəssəl:

- Təbiət və macəra turizmi təcrübələrindən tutmuş sağlamlıq və rekreasiya, unikal mədəni təcrübələr axtarışında olan ziyarətçilər üçün cəlbedici destinasiya brendini yaratmaq;
- Ölkənin əsas brend mesajını çatdırmaqla Azərbaycanın məxsusi turizm məhsullarını vurğulamaq və onların özünəməxsusluğunu dünya miqyasında təbliğ etmək;
- Prioritet, ənənəvi və inkişaf etməkdə olan kimi təsnif edilən əsas mənbə bazarlarında destinasiyanın təbliği üçün resurslardan səmərəli istifadəni təmin etmək;
- Müştəri təcrübəsində mümkün olan ən yüksək standartların tətbiq edilməsi üçün yerli turizm sənayesini branding və marketing siyasətinin hazırlanması və həyata keçirilməsi prosesinə cəlb etmək;
- İlboyu turizm təkliflərinin keyfiyyətini və dəyərini artırmaq.

Turizm məhsulları və təcrübələri

Azərbaycanda turizm məhsullarının şaxələndirilməsi və optimallaşdırılmasında əsas strateji baxış Qafqaz regionuna səfər edən ziyarətçilər üçün Azərbaycanın ən dinamik və orijinal turizm təcrübələrini təklif etməkdir. ATB-nin məhsulun inkişafı missiyası Azərbaycanın özünəməxsus təbiəti, çoxəsrlik mədəniyyəti, sağlamlıq və rekreasiya resursları və məxsusi maraq kəsb edən xüsusiyyətləri əsasında orijinal turizm təcrübələri və keyfiyyətli turizm məhsulları yaratmaqdan ibarətdir. Hazırkı dövrə qədər ATB əsas hədəf bazarlarında müxtəlif ziyarətçi qruplarının ehtiyaclarının və səyahət xüsusiyyətlərinin uğurla müəyyən edilməsini həyata keçirmiş və yeni məhsullar, təcrübələr və xidmətlərin hazırlanmasına başlamışdır. Ölkənin potensial turizm məhsullarının xəritəsinin hazırlanmasından və infrastrukturun inkişafından tutmuş mədəni irs marşrutlarının yaradılmasına və rekreasiya zonalarının ərazilərinin formalaşdırılmasına qədər bir sıra mühüm nailiyyətlər əldə edilmişdir.

Siyasi baxış və istiqamətlər

- Heyrətamiz turizm mövzuları və konseptlərinə diqqət ayıraraq təbiət, mədəniyyət, sağlamlıq və rekreasiya, xüsusi maraq qrupu brend təməlləri altında qruplaşdırılmış turizm məhsullarını inkişaf etdirmək yolu ilə destinasiyanın rəqabətqabiliyyətliyinə töhfə vermək;
- Kompleks inkişaf yanaşması əsasında turizm məhsullarının ərşəyə gəlməsi və inkişafına dəstək vermək;
- Daha yüksək göstəricilərə nail olmaqla turizm sektorunun bazar payının artmasına dəstək göstərmək;
- Hər tərəfli turizm məhsullarını inkişaf etdirərkən Azərbaycanın maddi və qeyri-maddi sərvətlərinə, tikili obyektlər və göstərilən xidmətlərə xüsusi həssaslıqla yanaşmaq və inkişaf etdirmək;
- Yerli icmaların fəaliyyətinə narahatlıq yaratmadan dayanıqlı və yüksək keyfiyyətli turizm nümayiş obyektlərinin inkişafını təşviq etmək;
- Əlverişli və cəlbedici mühit formalaşdıraraq orijinal turizm təcrübələri təqdim etmək;
- Bütün rəngarəngliyi və müxtəlifliyi ilə Azərbaycan mədəniyyətinə hörmət və ehtiramla yanaşmaq;
- Azərbaycanın zəngin və müsbət beynəlxalq turizm məhsulu profilinin yaradılması və davamlı olmasına dəstək göstərmək.

Rəqəmsallaşma, texnologiya və innovasiya

21-ci əsrin beynəlxalq turizm bazarında destinasiyanın səmərəli inkişafı, idarə edilməsi və təşviqi üçün innovativ vasitələrin tətbiqi qaçınılmazdır. DTA və ATB texnologiyaları irəliləyişlərdən maksimum faydalanmaq məqsədilə bir sıra elektron alətlərin inkişafına resurs yönəltmişdir. **azerbaijan.travel** veb-səhifəsi istifadəyə verilmiş və digər bütün müvafiq veb-səhifələr üçün axtarış sisteminin optimallaşdırılması prosesi həyata keçirilmişdir. Paralel olaraq, ziyarətçilər üçün "qaynar xətt" telefon xidməti istifadəyə verilmiş, turizm informasiya sistemi formalaşdırılmış (turizm biznesi, resurslar və tədbirlərin reyestri), səyahət sferası peşəkarları üçün onlayn təlim platforması işə salınmış və "RİTM" (Regional İnnovativ Turizm Məhsulu) startap müsabiqəsi keçirilmişdir.

Siyasi baxış və istiqamətlər

Bu sahədə strateji baxış sürətlə inkişaf edən texnologiyaların yeniliklər və alətlərə uyğunluğu təmin etmək və bundan destinasiyanın uğurlu inkişafı üçün ən səmərəli şəkildə istifadə etməkdir.

Daha müfəssəl:

- Azərbaycanın turizm destinasiyası kimi müxtəlif rəqəmsal platformalarda təmsil olunma səviyyəsini artırmaq;
- Yerli turizm sənayesinə rəqəmsal məkanda təmsil olunma, biznes modelləri, marketing üsulları, müştəri idarəetməsi, istifadəçi cəlbə, paylanma kanalları, axtarış alətləri və e-ödəniş prosesləri kimi istiqamətlər üzrə fəaliyyətlərini təkmilləşdirməkdə dəstək vermək;
- Turizm sektorunu milli rəqəmsallaşma və innovasiya çərçivəsinə inteqrasiya etmək.

Data-əsaslı təhlil və tədqiqat

Tədqiqat və statistika bilik və məlumat-əsaslı turizm siyasətinin formalaşmasını təmin edir. Daxili və beynəlxalq turizm sorğularının metodologiyasının təkmilləşdirilməsində və beynəlxalq turizm statistikasının yayım tezliyində nəzərəcarpacaq irəliləyişlər əldə edilmiş, qeyd edilən statistikanın yayımı rüblükdən aylığa keçirilmişdir. Bununla yanaşı, DTA ənənəvi və innovativ alətlər vasitəsilə dövlət qurumlarına və turizm biznesi subyektlərinə aylıq və illik turizm statistikasını təqdim edir. Əlavə olaraq, turizm ilə əlaqədar bütün indikatorların istifadəçilər üçün toplanıldığı interaktiv vahid platformanın təqdim edilməsi xüsusilə vurğulanmalıdır. Bu məlumat bazası istifadəçilərə aidiyyəti dövlət qurumlarının məlumat anbarları və müstəqil formalaşan datalar da daxil olmaqla çoxsaylı mənbələrdən məlumatların toplanılmasını əhatə edir. Bütün proses ziyarətçilərin məmnunluq dərəcəsi, destinasiya və getmə turizmi ilə bağlı sorğuların da həyata keçirilməsi ilə tamamlanır.

Siyasi baxış və istiqamətlər

Strateji baxış dövlətin və biznes qurumlarının məlumat və öyrənmə ehtiyaclarını qarşılamaq üçün hərtərəfli, etibarlı və mütəmadi statistika və data-əsaslı təhlili, eyni zamanda dərin və obyektiv tədqiqatları təmin etməkdir.

Daha müfəssəl:

- Turizm məlumat bazasının, təhlillərin və tədqiqatların keyfiyyətini yüksəltmək;
- Turizm sahəsi üzrə data yaradan platformalardan istifadə etməklə dövlət və biznes qurumları üçün data-əsaslı təhlil nəticələrini və turizmlə əlaqədar məlumatları əlçatan etmək;
- Turizm sahəsində dövlət idarəetməsi, rəqabətqabiliyyətililik və dayanıqlılıq üzrə peşəkar tədqiqatlar aparmaqla turizm sənayesinə, dövlət tərəfindən həyata keçirilən islahatlara və sahə üzrə qərarların qəbulu prosesinə dəstək vermək.

Turizm sektoruna investisiya və dövlət-özəl tərəfdaşlığı

Zəif sərmayə cəlbi ilə seçilən turizm sektoruna maliyyə mənbələrinin təmini dövlətin yeritdiyi siyasətin əsas prioritetlərindən birini təşkil edir. Bu günədək İqtisadiyyat Nazirliyi ilə İnvestisiya Təşviqi Sənədi mexanizmi çərçivəsində aktiv əməkdaşlığın həyata keçirilməsində, həmçinin Şahdağ Turizm Kompleksinin yerləşdiyi Turizm və Rekreasiya zonasına özəl investisiyaların cəlb edilməsində müsbət irəliləyişlər əldə olunmuşdur. Həmçinin Qoruqları İdarəetmə Mərkəzi mədəni irs obyektlərində dövlət-özəl tərəfdaşlığı layihələrini həyata keçirmək istiqamətində uğurlu nəticələr əldə etmişdir.

Siyasi baxış və istiqamətlər

Bu sahədə strateji baxış uğurlu beynəlxalq təcrübə, ağıllı həllər, bilik və təcrübə əsasında turizm sahəsində şəffaf, rəqabətli, cəlbedici və əlverişli biznes mühitinin təmin edilməsini əhatə edir.

Daha müfəssəl:

- Aşağıdakı həllər vasitəsilə turizm biznesi üçün investisiya mühitini yaxşılaşdırmaq:
 - a) Turizm və rekreasiya zonalarında investisiyaların cəlb edilməsi üçün əlverişli çərçivənin formalaşdırılması; b) Turizm sahəsinə məxsus DÖT modellərinin tətbiqi; c) turizm və rekreasiya zonaları da daxil olmaqla turizm sektorunun milli investisiya təşviqi sxemlərinə inteqrasiyası;
- Effektiv kommunikasiya vasitəsilə "Bir pəncərə" prinsipi əsasında investorları prosesin başından sonunadək istiqamətləndirmək.

İnsan resurslarının inkişafı

İnsan resursu amili turizm destinasiyasının imicinin formalaşmasında və təbliğatında olduqca mühüm rol oynayır. Ölkənin turizm sektorunda kadr potensialının artırılması üçün DTA tabeliyində Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, habelə, peşə və orta-ixtisas təhsili müəssisələri fəaliyyət göstərir. Əlavə olaraq, turizm sənaye subyektləri üçün təlim-tədris ehtiyaclarının qiymətləndirilməsi aparılmış və ATB-nin təşəbbüsü ilə Turizm Təlim və Sertifikasiya Mərkəzi yaradılmışdır. Həmçinin "İMC Krems Proqramları"nın dövlət tərəfindən maliyyələşdirilməsi davam etdirilmiş və peşə təhsili sahəsində ikili proqram həyata keçirilmişdir. ATMU və Mingəçevir Turizm Kollecinə idarəetmə və infrastruktur islahatları da aparılmışdır. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, global pandemiyanın yaratdığı vəziyyətlə əlaqədar turizm sektorunda təcrübəli kadr itkisinin bərpa edilməsi bu istiqamətdə əlavə siyasət tədbirlərinin reallaşdırılmasını tələb edir.

Siyasi baxış və istiqamətlər

Strateji baxış ömürboyu öyrənməni təmin edən və turizm sahəsi üzrə peşəkar kadrların və mütəxəssislərin inkişafına imkan verən peşə və ali təhsil sistemini təkmilləşdirərək turizm təhsilinin idarə edilməsi işinin keyfiyyətə yaxşılaşdırılmasıdır.

Daha müfəssəl:

- İnvestorları turizm təhsili biznesinə cəlb etmək;
- Turizm əmək bazarında "beyin köçü"nü ləngitmək üçün müvafiq siyasətlər hazırlamaq;
- Təhsil müəssisələrinə qəbul planlarının təkmilləşdirilməsi və turizm ixtisasları üzrə kurikulum hazırlanması yolu ilə turizm sektorunun insan resurslarına olan uzunmüddətli ehtiyaclarını qarşılamaq;
- Turizm təlimləri və qısamüddətli proqramlar, eləcə də ikili diplom proqramları təşkil etmək yolu ilə sektorun insan resurslarına olan qısamüddətli ehtiyaclarını qarşılamaq;
- DTA-nın tabeliyində olan ixtisaslaşmış turizm təhsil müəssisələrində rəqabətliyi artırmaq və digər təhsil müəssisələrində turizm təhsilini dəstəkləmək.



Əlaqə

Milli turizm strategiyasının həyata keçirilməsi ilə bağlı
DTA və ATB tərəfdaş şirkətlərlə əməkdaşlığa maraq göstərir.

Hər hansı sual və ya sorğu üçün bizimlə **info@tourismboard.az** elektron poçtu
vasitəsilə əlaqə saxlaya bilərsiniz.



Azərbaycan Respublikasının
Dövlət Turizm Agentliyi

www.tourism.gov.az



azərbaycan
TURİZM BÜROSU

www.tourismboard.az

Ünvan:

Azərbaycan Turizm Bürosu
Üzeyir Hacıbəyov küçəsi 134
AZ1010, Bakı,
Azərbaycan