

Rəşad Qasımzadə
Magistrant

Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti
E-mail: safavi628@gmail.com

Turizmin inkişafında strateji hədəflər

Xülasə: Turizm digər sahələrlə müqayisədə iqtisadiyyatın həssas sektorlarındanadır. Buna ən başlıca səbəb kimi davamlı olaraq dəyişən beynəlxalq, regional və daxili mühiti göstərmək olar. Beynəlxalq və regional mühitə ölkələrarası münasibətlər, daxili mühitə isə demoqrafik amillər aid edilir. Turizm sektorunun davamlı inkişafını təmin etmək məqsədilə bir sıra dövlətlər, o cümlədən Azərbaycan Respublikası bu inkişafa dair strateji yol xəritələri tərtib etmişdir.

Açar sözlər: turizm, inkişaf, strategiya, komponent.

Son vaxtlar dünyada baş verən proseslər bizə turizmin tək-cə xarici tələbatla yönləndirilməsinin nə qədər riskli olduğunu göstərdi. Belə ki, ilk dəfə 1 dekabr 2019-cu il tarixində Çində ortaya çıxan və COVID-19 adlandırılan virus qısa zaman kəsiyində bir çox ölkəyə sürətlə yayıldı. Təəssüf ki, Azərbaycan Respublikası ərazisində də bu virusa yoluxma halları baş verdi. Əhatə dairəsini və yayılma sürətini nəzərə alaraq DST (Dünya Səhiyyə Təşkilatı) tərəfindən rəsmi olaraq bu virus pandemiyaya olaraq qeyd edildi. Bir çox turistik ölkə koronavirus pandemiyası səbəbilə sərhədlərini gəliş-gedişə bağladı. Bu hal dünya iqtisadiyyatına, o cümlədən turizm sektoruna böyük ölçüdə zərər verdi. Azərbaycan turizminin xarici tələbatdan asılılığını aradan qaldırmaq və daxili turizmi dirçəltmək məqsədilə DTA (Dövlət Turizm Agentliyi) hər kəs üçün əlçatan unikal məhsul və xidmətləri təklif edəcək sektorun yaradılmasını təşviq edir.

Ölkəmizin turizmini inkişaf etdirmək strategiyasında 4 əsas prinsip vardır ki, bunlar yol xəritəsinin əsasını təşkil edir. Bunlardan əlavə strategiyaya daxil olan 9 komponent öz əsasını bu prinsiplərdən götürmüşdür. Qeyd etdiyimiz bu prinsiplər ölkəmizi dünyaya tanımaq üçün vacibdir. Bu prinsiplərə dayanıqlılıq, rəqabətçilik, xidmət keyfiyyəti və dəyəərə yönəlmə, dövlət-özəl tərəfdaşlığı aiddir. Dayanıqlılıq prinsipi təbiətin və mədəni irsimizin qorunmasına, məhsul formalaşdırılmasının şaxələndirilməsinə, standartların yüksəkdilməsinə və turizm sektorundan istifadə edərək əlverişli sosial nəticələr əldə etməyə yönəlmişdir. Rəqabətçilik prinsipi özündə kiçik və orta sahibkarlıq məsələlərini, regional inkişaf üçün turizmə dəstək mexanizmasının iş

salınmasını, beynəlxalq səviyyədə rəqabət üçün innovasiyaların tətbiqini cəmləyir. Xidməti keyfiyyəti və dəyərə yönəlməyə daxil olan müddəaları ümumi götürdükdə təhsildə və tətbiqetmədə keyfiyyətin yüksəldilməsinin nəzərdə tutulduğunu görə bilərik. Dövlət-özəl tərəfdaşlığının əsasını özəl sektorlarla dövlət arasında iş birliyinin yaradılması təşkil edir.

İnstitusional çərçivənin təkmilləşdirilməsi və turizm siyasəti, yuxarıda sadalanan 4 prinsip əsasında formalaşan 9 komponentdən ilkidir. Bu komponent milli sosial-iqtisadi, sənayeyönlü və ekoloji, eləcə də viza, əlaqələrin qurulması və donor agentliklərlə əməkdaşlıq kimi beynəlxalq mövzuları əhatə edir. Düzgün qurulan turizm siyasəti vasitəsilə işsizlik və kənd yerlərində olan yoxsulluq aradan qalxa, regional inkişaf sürətlənə və turizm imkanlarının təkmilləşdirilməsi mexanizmləri yaradıla bilər.

Tədqiqat və statistika komponenti Azərbaycanda turizm siyasətinin və marketinqinin formalaşmasına zəmin yaradan əsas vasitələrdən biridir. Dəqiq statistik məlumatlar turizm sektorunda həyati əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, statistika sayəsində əmək bazarının istiqamətləri, bu sahədə baş verən dəyişikliklər, turizm sənayesinin göstəriciləri daha başa düşülən olur və müştəri imtiyazları, demografik problemlər proqnozlaşdırılır. Azərbaycanda dövlətin və bütün turizm sənayesinin informasiya tələbatını qarşılayan DTA hərtərəfli, inandırıcı və operativ statistikanın verilməsini təmin edir.

Dünya turizminin yüksək rəqabətinə davamlılığı təmin etmək və bazarda yer tutmaq üçün innovasiya və texnologiyalar komponentindən istifadə edilir. Bu komponent bizə bronlamadan tutmuş marketinqə kimi böyük bir sahədə texnoloji yeniliklər vəd edir. Bu texnoloji yeniliklər istifadəçilərin işini yaxşılaşdırmaqla bərabər biznesin və xidmətin keyfiyyətini daha da artırır.

Turizm sənayesinin inkişafını təmin etmək məqsədilə istifadə edilən digər strategiya komponenti isə hüquqi çərçivənin daha da işlək vəziyyətə gətirilməsi və vergi siyasətidir. Bu strateji komponent vasitəsilə xarici turistlər Azərbaycana daha rahat tədqiq etmə imkanına sahib olurlar, həmçinin yerli turistlər daxili və getmə turizminə təşviq edilir. Yaradılan hüquqi normativlər yerli və xarici turistlərin öhdəliklərini göstərir, onların təhlükəsizliyini, xidmət standartların yaradılması və saxlanılmasını təmin edir. Vergilərdə mülayimləşdirmə siyasəti həm paytaxtda, həm də regionlarda qiymətlərin aşağı düşməsinə tələbatın isə artmasına səbəb olacaq. Turizm infrastrukturuna daxil olan bütün müəssisələrin balanslı şəkildə inkişafı turist axınına müsbət təsir göstərir. Strateji yol xəritəsinin 5-ci komponenti buna aiddir.

Dövlət-özəl tərəfdaşlığı komponentinin əsas qayəsi özəl sektorun turizm sahəsinin inkişafına olan marağını artırmaq, müəssisə və investorların arasında əlaqə qurmaq, yeni turizm fəaliyyətləri, məhsul və xidmətləri yaratmaqdır.

Əlavə olaraq strategiyanın bu hissəsi vətəndaş cəmiyyətinin inkişafına, dövlət orqanları və özəl müəssisələr arasında olan regional işbirliyinə vasitə olur.

Azərbaycanda turizm təcrübəsi şaxələndirilərkən müştərilərin tələbi əsas götürüləcək. Bu inkişaf strategiyasının 7-ci sütunudur. Müştərilərin tələbatı da real potensialla uyğunlaşdırılmalıdır. Bunun üçün seçilən turizm tematikalarının böyük əhəmiyyəti vardır. İşin bu hissəsi ATB-nun (Azərbaycan Turizm Bürosu) öhdəsinə verilmişdir.

Ölkəmiz turizm destinasiyası kimi formalaşmaq üçün marketinq və kommunikasiya sahəsində güclənməlidir. İnkişaf yolunun 8-ci hissəsinə bunlar aiddir. Qafqaz regionunda turistik məkana çevrilməyimiz və neft-qaz sənayesindən sonra turizmin ölkədə ikinci böyük sənaye olması ATB-nın hədəfləri sırasındadır.

Sonuncu strateji komponentə turizmin davamlı olaraq peşəkar formada inkişafını təmin etmək üçün təhsil və təlim müəssisələrində keyfiyyəti təmin etmək aiddir. Digər əsas məqsəd isə Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin turizm və tədqiqat mərkəzi kimi beynəlxalq arenada tanınmasına nail olmaqdır.

Bu komponentlərin hər biri əlaqəli şəkildə DTA-nın idarəçiliyi altında mütəşəkkil formada həyata keçirilir. Dünyanın coğrafiyası, mədəniyyəti, tarixi, bir sözlə turizm sektoru ilə əlaqəli potensialı fərqli olduğundan strateji yol xəritələri yaradılarkən həmin ölkənin turizm resursları əsas götürülür. Bundan əlavə, strategiyanın hazırlanmasında beynəlxalq vəziyyət və zaman da vacib rol oynayır. Elmi-texnoloji yeniliklər, dəyişən mühit gələcəkdə inkişaf strategiyasının yenidən formalaşmasına zəmin yarada bilər.

Ədəbiyyat:

1. Ə. Əlirzayev- “Turizmin iqtisadiyyatı” Bakı 2010
2. Qafarov N. “Turizmin iqtisadiyyatı”. Bakı, 2012.
3. Məmmədov E.Q. “Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarə olunmasının regional xüsusiyyətləri”. Bakı, 2013.
4. Məmmədov D.A., B. Ə.Bilalov “Azərbaycanda gəlmə turizmi Bakı, 2015.
5. Azərbaycan Turizm Bürosu saytı - <https://tourismboard.az/az/strategy> - Turizm strategiyası
6. Dövlət Turizm Agentliyi saytı - <https://tourism.gov.az/>

Стратегические цели развития туризма Резюме

Основная цель Азербайджана в развитии туризма - стать самым привлекательным и успешным туристическим направлением в Кавказском регионе, к 2023 году достичь 4 миллионов туристических посещений. Для этой цели было создано 4 принципа и 9 компонентов, основанных на этих принципах.

Ключевые слова: туризм, развитие, стратегия, составная часть

Strategic goals in the development of tourism Summary

The main goal of Azerbaijan in the development of tourism is to become the most attractive and successful tourist destination in the Caucasus region, to achieve 4 million tourist visits by 2023. For this purpose, 4 principles and 9 components based on these principles have been created.

Key words: tourism, development, strategy, component