2018-ci il turizm sahəsində necə yadda qaldı?

Dövlət Turizm Agentliyi, milli turizm brendi yaradıldı, bir çox yeniliklər oldu

Son zamanlar qeyri-neft sektoruna diqqət artıb. Xüsusilə də turizmin inkişafına həm dövlət, həm də özəl sektorun marağı böyükdür. Və bu istiqamətdə ardıcıl olaraq addımlar atılır. Maraqlıdır, 2018-ci ildə turizm sahəsində nə baş verdi, bitməyinə günlər qalan il turizm baxımından hansı hadisələrlə yadda qaldı və 2019-cu ildə bu sahədən gözləntilər nələrdir?

İlk olaraq qeyd edək ki, Bakı-Tbilisi-Qars dəmir yolu iqtisadi baxımdan böyük əhəmiyyətə malikdir. Bu yolun turizm sahəsinin inkişafına böyük təkan verəcəyi qeyd edildi. Belə ki, bu layihənin həm neft, həm də qeyri-neft sektorunun inkişafına birbaşa təsir göstərəcəyi gözlənilir. Dəmir yolu ölkəmizin iqtisadi baxımdan da bir sıra nailiyyətlər əldə etməsinə, həmçinin üç ölkə arasında əlaqələrin genişlənməsinə, bir sıra inkişafyönümlü layihələrin həyata keçirilməsinə şərait yaradacaq. Digər bir tərəfdən, ölkəmizdə dəmir yolu turizminin yeni mərhələyə qədəm qoymasına səbəb olacaq.

üçün araşdırma və statistikanın yaxşılaşdırılması üzərində işlər görüləcək, turizmdə innovasiyalar və müasir texnologiyaların imkanlarından maksimum istifadə ediləcək, dövlət-özəl biznes əməkdaşlığının genişlənməsində səylər artırılacaq. Turizmdə özəl biznesin müasir inkişaf standartlarına çatması üçün dövlət tərəfindən dəstək veriləcək. Turistlərin məmnunluğunu artırmaq, qalma müddətini uzatmaq və mövsümiliyi aradan qaldırmaq üçün yeni turizm məhsulları işlənib hazırlanacaq. Həmçinin Azərbaycanın turizm brendi yenidən formalaşdırılacaq. Ölkəmizin tanıdılması üçün turizm bazarlarında daimi turizm nümayəndəlikləri yaradılacaq".

Daha sonra 18 oktyabrda Dövlət Turizm Agentliyinin və Azərbaycan Turizm Bürosunun təşkilatçılığı ilə keçirilən ilk Milli Turizm Sammitində Azərbaycanın yeni milli turizm brendi təqdim olundu. Azərbaycan Turizm Bürosunun Brend və marketinq üzrə direktoru Fidan Əliyeva bildirdi ki, yeni brendin əsas simvolları bir-biri ilə əlaqəli şəkildə təqdim olunan yeni loqo və şüardır. Azərbaycanın yeni turizm loqosu olan "A" hərfi "Azərbaycan" sözünün ilk hərfi olmaqla yanaşı, öz formasına görə də brendin

densiyası ilə yanaşı, azalma müşahidə olunan bölgələr də mövcuddur. Belə ki, 2017-ci ildə Rusiya və Gürcüstandan sonra Azərbaycan turizminin üçüncü ən böyük bazarı olan İrandan gələn səyahətçilərin sayı 2018-ci ilin yanvar-noyabr ayları ərzində ötən ilin analoji dövrü ilə müqayisədə 33% azalıb.

Ümumdünya Sağlamlıq Turizm Təşkilatının prezidenti Ruslan Quliyev qeyd edir ki, 2018-ci ili turizm üçün uğurlu saymaq olar: "Çünki statistikaya nəzər yetirsək görə bilərik ki, ilk 6 ayda keçən illə müqayisədə 9,1 faiz artım müşahidə edilib. Bu rəqəm ilin sonuna daha da artıb. Bundan başqa, turizm sahəsində struktur dəyişiklikləri oldu. Həmçinin ən önəmlisi, Dövlət Turizm Agentliyi yaradıldı, yeni strategiyalar bəlli oldu. Növbəti il üçün isə hədəflərimiz daha yüksəkdir. Həm turist sayının artırılması, həm də regionda daha aktiv və səmərəli işin təşkili baxımından ciddi addımların atılması planlaşdırılır. Eyni zamanda sağlamlıq turizminin genişləndirilməsi, bu sahəyə daha çox turistin cəlb edilməsi nəzərdə tutulur. Gələn il dünya sağlamlıq forumunun ölkəmizdə keçirilməsi bu turizm sektorunun daha da inkişaf etməsinə öz töhfəsini verəcək".

Bundan başqa, Dövlət Turizm Agentliyinin sədri Fuad Nağıyev çıxışlarının birində turizmlə bağlı bəzi məqamlara toxunub. O qeyd edib ki, hazırda Azərbaycanda ixtisaslı kadrlara ehtiyac duyulan yeni turizm sənayesi inkişaf edir: "Müstəqilliyimizin ilk illərində daha çox neft və qaz ehtiyatlarının istehsalı, daşınması və idarə edilməsi sahəsində mütəxəssislərə ehtiyac duyulurdusa, post-neft dövründə əsas diqqət Prezident İlham Əliyevin "Milli iqtisadiyyat və iqtisadiyyatın əsas sektorları üzrə strateji yol xəritələrinin təsdiq edilməsi" haqqında Fərmanında qeyd olunan digər prioritet sahələrin inkişafı üzrə ixtisaslı kadrların formalaşdırılmasına yönəldilir".

F.Nağıyev çıxışında, həmçinin agentliyin bundan sonrakı mərhələdə hansı sahələrə daha çox diqqət ayıracağını, hansı sahələrin prioritet seçildiyini də açıqlayıb: "Yeni turizm siyasəti formalaşdırılacaq, turizm sənayesinin bütün üzvləri prosesə cəlb olunacaq, daha uzunmüddətli inkişaf

mahiyyətini çatdırır. Loqo daim yenilənəcək və təqdim olunacağı platformaya uyğunlaşdırıla biləcək. Azərbaycanın yeni turizm brendinin "Yenidən fərqli baxışla bax" ("Take another look" - ing.) əsas şüarına uyğun olaraq diqqətlə və yenidən baxdıqda, loqo barədə daha dəqiq təsəvvürə malik olmaq mümkündür.

İlin statistikasına nəzər yetirdikdə isə, yanvar-noyabr ayları ərzində Azərbaycana səfər etmiş əcnəbilərin sayı 2017-ci ilin analoji dövrü ilə müqayisədə 6% və ya 151 min nəfər artıb. Dövlət Turizm Agentliyindən verilən məlumata görə, bununla da sərhədlərimizi keçən səyahətçilərin sayı təxminən 2,5 milyona çatıb. Rusiya, Gürcüstan və Yaxın Şərqdən gələn səyahətçilərin sayı 2018-ci ilin müvafiq müddətində Azərbaycana gəlmiş səyahətçilərin ümumi sayının 65%-ni təşkil edib. Ənənəvi olaraq, Pakistan, Hindistan və Türkmənistan Asiya, BƏƏ, Səudiyyə Ərəbistanı və İraq isə Yaxın Şərq bölgəsinin əsas bazarları olaraq qalıb. Müsbət artım ten-

Azərbaycan Turizm Assosiasiyasının (AzTA) nümayəndəsi Müzəffər Ağakərimov növbəti ildə xidmət sahəsində keyfiyyətin daha da yüksələcəyini bildirir: "Ölkəmizə 2018-ci ildə 2 milyondan çox turist gəlib. Bu, keçən illə müqayisədə olduqca böyük rəqəmdir. Eyni zamanda yeni turizm növləri yarandı. Düşünürəm ki, gələcəkdə Azərbaycanda həm qatar, həm də dəniz turizm növləri inkişaf edəcək. Hazırda istifadə edilən turizm növləri isə daha yüksək səviyyəyə çatdırılacaq. Onu da qeyd edim ki, ildən-ilə turizm sahəsində çalışanların təcrübəsi artır. Bu sahədə fəaliyyət göstərən otellər, şirkətlər dünya təcrübəsindən istifadə edirlər. Bu da onun göstəricisidir ki, ölkəmizdə bu sahədə fəaliyyətdə olan obyektlərin nəinki kəmiyyəti, həm də keyfiyyət göstəriciləri qalxır. Düşünürəm ki, növbəti ildə turizm mütəxəssislərinin sayı artacaq. Qeyd edim ki, ölkəmizdə inkişaf etməkdə olan sağlamlıq turizmi də gələn ildən daha çox turistin cəlb olunmasında böyük rol oynayacaq. Rusiya və Qazaxıstan turistləri bu sahəyə xüsusi önəm verirlər. Ümid edirik ki, gələn il turizm şirkətləri keyfiyyət göstəricilərinə daha çox fikir verəcəklər. Çünki bu sahənin inkişafında onların rolu böyükdür. Məsələn, yeni turizm marşrutlarının tərtib edilməsi məqsədəuyğun sayılır. Məsləhət görərdim ki, turizm şirkətləri turistlər arasında sorğu keçirib, bu sorğunun nəticələrinə əsasən xidmətlər təklif etsinlər. Həmçinin son dövrlər qastronomik turizm də qonaqların marağını çəkən turizm növləri arasındadır. Deyərdim ki, Azərbaycan mətbəxi artıq bütün dünyada məşhur olub. Ona görə də bu turizm sahəsinin inkişaf etdirilməsi ön planda olmalıdır".

Günel Azadə