

Ölkəmizdə turizmin böyük perspektivi vardır

Azərbaycan Respublikası turizmin inkişafı üçün zəngin ehtiyatlarla malikdir. Çünki Azərbaycan dünya sivilizasiyaları qovuşduğu, Transqafqaz infrastrukturuları - Avropanı Qafqaz və Mərkəzi Asiya ölkələri ilə birləşdirən hava və dəniz daşımaları, magistral avtomobil və dəmiryolları burada cəmlənmişdir.

Hazırda respublikamızın ərazisində 7 Milli Park, 13 Dövlət Təbiət Qoruğu, 21 Dövlət Təbiət Yasaqlığı fəaliyyət göstərir. Bununla yanaşı, yeni milli parkların, dövlət təbiət qorularının yaradılması istiqamətində müvafiq işlərin davam etdirilməsi nəzərdə tutulmuşdur.

Azərbaycan Respublikasının hidromineral ehtiyatları sanatoriya-kurort işinin inkişafı üçün əhəmiyyətlidir. Dünyada tanınmış "Karlovi Varı" sularından heç də geri qalmayan isti və mineral bulaqlar - Badamlı, Sirab, Turşsu, İstisu və digərləri böyük iqtisadi və müalicəvi əhəmiyyət daşıyır.

Azərbaycan Respublikası zəngin tarix və qədim mədəniyyətə malik ölkədir. Ərazimizdəki 6 mindən artıq tarixi-memarlıq abidəsinin əksəriyyəti Böyük İpək yolunun Azərbaycanı keçən qolu boyunca yerləşir və indinin özündə də heyret doğurur. Qobustan mağaralarındakı qayalı rəsmlər, atəspərəstlik məbədləri, qüllələr, alban kilsələri və ibadətqahlar, möhtəşəm qala divarları və qəsrlər, karvansaralar, İslam mədəniyyəti dövrünün əzəmətli sarayları, memorial, ayın və digər tikililər...

Azərbaycanın XII-XVII əsrlər memarlıq abidələri dünya irsinin qızıl fonduna daxil edilmişdir. Bu, ilk növbədə Bakının "İçərişəhər" adlanan qalasıdır. Bura kiçik bir ərazi olmasına baxmayaraq (22 hektar) 44 nadir abidəyə malikdir. Bunlardan Şirvanşahlar sarayı (XV əsr), Sınıq-qala minarəsi (XI əsr), Qız qalası (XII əsr) və digərlerini qeyd etmək olar.

Orta əsrlər dövrünün memorial tikililəri İpək yolu marşrutu boyunca məqbərələrlə təmsil olunmuşdur. Məsələn: Mərəzədə Diri baba türbəsi (XV əsr), Şamaxıda "Yeddi gümbəz" türbələr kompleksi (XVIII əsr), Ağsuda

Şeyx Dursun türbəsi (XV əsr), Gəncədə İmamzadə türbəsi (XVII-XIX əsrlər) və b. göstərmək olar.

Azərbaycanın xanlıqlar dövrünün ən möhtəşəm abidələrindən biri Şeki Xan sarayıdır (XVIII əsr). Bundan başqa Şekidə "Gələrsən-görərsən" qalası (XVIII əsr), Zaqatalada "Şamil" qalası (XVIII əsr), Şemkirdə "Koroğlu qalası" və başqaları maraqlı kəşfdir. Bunlar Azərbaycan memarlıq abidələrinin qızıl fondunu təşkil etməklə xarici qonaqların böyük marağına səbəb olan mühüm turizm məhsullarıdır.

Ölkənin paytaxtı Bakıda və digər şəhərlərdə, rayon mərkəzlərində çoxsaylı muzeylər fəaliyyət göstərir. Bütün bunlar isə öz növbəsində turistləri cəlb edən amillərdir. Ölkə ərazisində çoxsaylı turist-ekskursiya marşrutları salınmışdır.

Beləliklə, Azərbaycan Respublikasının ərazisi turistlər üçün cəlbedici olan zəngin təbii-tarixi ehtiyatlara malikdir. Yüksək rekreasiya ehtiyatları bir sıra amillərlə şərtlənmişdir: əlverişli təbii-rekreasiya ehtiyatları və ekoloji vəziyyət, çoxsaylı tarixi-mədəniyyət və memarlıq abidələri, "Əsha-bükəf" və digər ziyarətqahlar, nəqliyyat təminatı və geniş inkişaf etmiş rekreasiya şəbəkəsi. Bunlar isə onu deməyə əsas verir ki, turizm Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatında aparıcı mövqeyə malik ola bilər, çünki turizm biznesi təsərrüfatın digər sahələrinin inkişafını stimullaşdırmaqla yanaşı özində iqtisadi, humanitar, tərbiyəvi və estetik amilləri birləşdirir. Bunları nəzərə alaraq mütləq ölkədə qarşıdaqı illər üçün turizmin inkişafı strategiyası hazırlanmalıdır. Fikrimizcə, strategiyamız həyata keçirilməsi Azərbaycan Respublikasında iqtisadi inkişafın müasir mərhələsində aşağıdakı vəzifələrin həllində turizm sənayesinin rolunu təmin edə bilər:

1. Dinamik və dayanıqlı iqtisadi inkişaf üçün müvafiq şəraitin yaradılması;
2. Ölkə əhalisinin məşğulluğunun və gəlirlərinin, turizm xidmətlərindən istifadənin mümkünlüyünün artırılması yolu ilə həyat səviyyəsinin və keyfiyyətinin artırılması;

3. Azərbaycan iqtisadiyyatının rəqabət qabiliyyətinin ölkənin turizm üçün cəlbediciliyinin artırılması yolu ilə yüksəldilməsi;

4. Regional ümumdaxili məhsulda turizmin payının artırılması hesabına sosial-iqtisadi inkişafın balanslaşdırılması.

"Azərbaycan Respublikasında 2002-2005-ci illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı"nda nəzərdə tutulmuş tədbirlər planı tam yerinə yetirilmişdir. Təklif etdiyimiz strategiya həmin Dövlət Proqramının məntiqi davamı olmaqla turizm sahəsində müasir dünya ənənələrini və Azərbaycan turizm sənayesinin inkişafının müasir mərhələsinə nəzərə almaqla hazırlanmışdır.

Strategiyanın müddəaları ölkə iqtisadiyyatında turizmin yeri və rolunun ümumdünya səviyyəsində dərk edilməsi, turizmin inkişafının əsas vəzifələrinin bütün səviyyəli icra orqanları tərəfindən reallaşdırılması, həmçinin turizm sənayesinə dövlət dəstəyinin istiqamət və səviyyəsinə müəyyən etmək üçün əsas olmalıdır.

Qeyd etmək lazımdır ki, ölkəmizin malik olduğu nadir təbiət və iqlim ehtiyatları, həmçinin tarixi-mədəni irs, Azərbaycan turizminin uğurlu inkişafını təmin edən yeganə və kifayət edəcək şort kimi nəzərdən keçirilməz, çünki bunlar yalnız turizm təklifinin elementlərindən biridir. Dünyada təbii və mədəni ehtiyatlara görə respublikamızla müqayisə oluna bilən, lakin inkişaf etmiş keyfiyyətli turizm infrastrukturuna malik ölkələri misal göstərmək olar. Belə ölkələrdən ərazi və əhalisi ölkəmizlə təqribən eyni olan Avstriya, həmçinin Fransa və ya İspaniya kimi ölkələr hər il yalnız beynəlxalq turizmdən on milyardlarla dollar qazanırlar.

Bir çox hallarda həm xarici, həm də daxili turistlər yüksək xidmət, səviyyəli qiymət və keyfiyyətin məntiq



Şeki Xan sarayı

uyğun nisbətini özündə birləşdirən turizm məhsullarına üstünlük verirlər. Bu şərtlər həm müasir dövrdə, həm də gələcəkdə turist səfərlərinin seçimində mühüm rol oynayacaqdır. Ümumi meyl onu deməyə əsas verir ki, bir tərəfdən turizm inkişaf edən ölkələrdə kütləvi turizmin mövqeyi möhkəmlənəcək, digər tərəfdən isə fərdi və ya ixtisaslaşmış turizm məhsuluna tələbat artacaqdır.

Bununla belə ölkəmizin dünya turizm bazarlarındakı rəqabətdə zəifliyi gəlmə və daxili turizmin inkişafını longidən aşağıdakı amillərlə izah edilə bilər:

- Ölkənin əksər regionlarında turizm infrastrukturunun lazımı səviyyədə olmaması, müasir tələblərə cavab verən turist dərəcəli mehmanxanalarda azlığı;
- turistlərə təklif edilən mehmanxanalarda yaşama haqqının, qidalanmanın, nəqliyyatın və digər xidmətlərin çox bahı olması (qiymətlər hətta orta Avropa səviyyəsinə də üstələyir);
- turizm infrastrukturuna investisiyaların cəlbinə mane olan əngəllər (hazır investisiya layihələrinin olmaması, bürokratik-inzibati maneələr, torpaq icarəsinin əlverişsiz şərtləri);
- ixtisaslı kadrların çatışmaması, bunun nəticəsində turizm sənayesinin bütün bölmələrində xidmət keyfiyyətinin çox aşağı olması;

- Azərbaycan Respublikası ərazisinin 20 faizinin işğal altında qalması və Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin həll olunmaması;
- erməni diasporuna xidmət edən ayrı-ayrı xarici kütləvi informasiya vasitələrində Azərbaycan Respublikasının mənfəi imkanları yaradılması, eyni zamanda ölkənin turizm imkanlarının reklamının kifayət qədər olmaması - bunun nəticəsində ölkəmizin turizmə yararı müsibət imkanının məqsədyönlü formalaşdırılması sahəsində lazımı səviyyədə iş aparılmaması;

- Türkiyə, İran və Yaxın Şərqi digər ölkələrindən olan turistlər üçün Azərbaycan vizalarının sadələşmiş formada verilməsi məsələsinin həll edilməməsi.

Beləliklə, əsas problemlər ondan ibarətdir ki, dünya turizm bazarında mövcud rəqabət şəraiti qaldıqca ölkə əhalisinin məşğulluğunun artırılması və həyat səviyyəsinin yüksəldilməsi, keyfiyyətli turizm xidmətlərinə artan tələbatı təmin etmək üçün daxili turizm bazarının imkanları kifayət etməyəcəkdir.

Bu məqsədə çatmaq üçün turizmin, o cümlədən əlaqəli sahələrin (nəqliyyat, ictimai iaşə, oylence sənayesi və s.) infrastrukturunu inkişaf etdirilməsi və təkmilləşdirilməsi, xidmətlərin keyfiyyəti yüksəldilməsi, yeni prioritet turizm mərkəzləri yaradılması, turizm bazarında ölkəmizin turizmə yararlı imicinin formalaşmasına xidmət edən reklam-informasiya fəaliyyəti gücləndirilməsi, viza siyasəti təkmilləşdirilməsi, miqrasiya nöqtəyi-nəzərindən təhlükəsiz ölkələrdən olan turistlər üçün Azərbaycan Respublikasına sadələşmiş giriş təbiiq edilməlidir.

Rəqabətə davamlı turizm bazarı formalaşdırmaq üçün yalnız infrastrukturun inkişafı üçün deyil, millət turizm məhsulunun satışı üçün turist gətirən əsas bazarlara istiqamətlənmiş və təcvüzkar xarakterə malik effektiv strategiyaya ehtiyac vardır ki, nəticədə gəlmə və daxili turizmi Azərbaycan Respublikasının iqtisadiyyatında əsas gəlir vasitəsinə çevirmək olar.

Reklam qanunlarına görə uğur əldə etmək üçün həm ölkədaxili və həm də xarici KİV-lərdə reklam-informasiya kampaniyası aparılmalı, beynəlxalq turizm və digər sferalarda iştirak edilməli, Azərbaycan Respublikasının turizm imkanlarının təqdimatı keçirilməlidir. Həmçinin əsas turist gətirən bazarların reklam çarxları və digər çap məhsulları hazırlanmalı və yayılmalıdır. Bunlardan bəziləri artıq həyata keçirilib. Bununla belə, hazırda Azərbaycan milli turizm məhsulunun təbliği üçün büdcədən ayrılan vəsaitin artırılmasına ehtiyac vardır.

Birləşmiş Millətlərin Ümumdünya Turizm Təşkilatı (BMUTT) mütəxəssislərinin hesablamalarına görə, ölkə iqtisadiyyatına orta hesabla 1000 avro gəlir gətirən hər bir əlavə xarici turistin cəlb olunması üçün dövlət turizm məhsulunun reklamına 3-10 avro xərcləyir. Bu hesabla Avropa ölkələrində turizm məhsulunun təbliği üçün büdcədən ayrılan vəsait orta hesabla 3140.0 milyon avro təşkil edir. Ölkəmizin turizm imkanlarının geniş reklam kampaniyası gəlmə və daxili turizmi Azərbaycan Respublikasını turizm sənayesində əsas gəlir gətirən sahəyə çevirir bilər. Azərbaycan turizminin MDB ölkələrində təbliğinə xüsusi diqqət yetirilməlidir, bununla həm mövcud olmuş ənənəvi turist marşrutlarını bərpa etmək olar, həm də yeni turizm məhsulları təqdim edilə bilər.

Xaricdəki əsas turist gətirən bazarlarda turizm məhsulunun təbliğində fəal rola Azərbaycan Respublikasının xarici ölkələrdəki tuizm nümayəndəlikləri malik ola bilər və olmalıdır. Bu nümayəndəliklər xarici bazarların turizm sənayesi, kütləvi informasiya vasitələri, turizm prosesinin digər iştirakçıları ilə əlaqə yaratmalıdırlar. Təəssüf hissi ilə qeyd etməliyik ki, "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikası Qanununun 16-cı maddəsində belə nümayəndəliklərin yaradılması nəzərdə tutulsa da bu günə kimi heç biri yaradılmamışdır.

Turizm istiqamətli ölkə olaraq Azərbaycanın daxili və beynəlxalq turizm bazarlarında təbliği mexanizmi kimi dövlət istehlakçıya və turizm sənayesinə yönəlməmiş aşağıdakı tədbirləri həyata keçirə bilər:

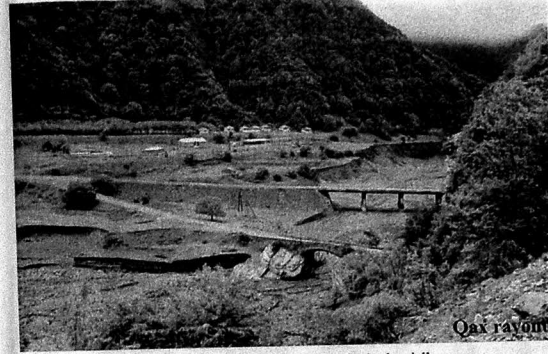
- İri beynəlxalq turizm və digər sərgilərdə vahid milli Azərbaycan stendi ilə iştirak;
- Azərbaycan Respublikasında keçirilən turizm sərgisini dünyanın iri turizm sərgilərindən birinə çevirmək üçün yardım etmək;

- gəlmə və daxili turist axını artıraraq Azərbaycan Respublikasının turizmə yararlı imicini yaratmaq üçün beynəlxalq və daxili bazarlarda milli turizm məhsulunun təbliği;

- qeyri-kommersiya xarakterli reklam-informasiya, çap və digər məhsulların hazırlanması və onun iri beynəlxalq turizm sərgilərində, həmçinin Azərbaycan Respublikasının xarici ölkələrdəki nümayəndəlikləri, o cümlədən turizmi idarə edən dövlət orqanı (Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi) tərəfindən yaradılacaq xarici nümayəndəliklər vasitəsi ilə yayılması;

- qlobal internet şəbəkəsində Azərbaycan Respublikasının əylədicisi turizm istiqamətində haqqında informasiyanı yayılması;

- digər işlərin yerinə yetirilməsi, məsələn, ölkədə keçirilən festival və müxtəlif hadisələrlə bağlı tədbirlərin informasiya dəstəyi, Azərbaycanın yeni turizm istiqamətlərində xarici ölkələrdə təqdimatın təşkili, xarici və yerli KİV-lər üçün infoturların təşkili, iktirəffli və çoxtərəfli beynəlxalq əməkdaşlığa əsaslanan beynəlxalq konfrans,



Qax rayonu

simpozium, konqres və digər bu kimi tədbirlərin keçirilməsi, həmçinin iri hökumətlərarası təşkilatlarla əməkdaşlıq etmək.

Dövlət reklam-informasiya strategiyasının həyata keçirilməsi təcrübəsi göstərir ki, turizm məhsulu mütləq diversifikasiya olunmalıdır, yeni, ənənəvi turizm təklifi ilə yanaşı yeni turizm məhsullarının nümayəti təşkil edilməli, milli adət-ənənələr, istehsal və sənətkarlıq, yeni muzey və ekspozisiyalar, hadisələrlə bağlı tədbirlər və turizm xidmətləri haqqında daha geniş informasiya yayılmalıdır. Bütün bunlar isə gəlmə və daxili turizmin inkişafına yardım məqsədilə ölkənin müsbət imicinin formalaşmasına istiqamətlənmiş uzummüddətli informasiya kampaniyasının hazırlanmasını tələb edir. Azərbaycan Respublikası bu vaxta kimi turizm xidmətləri və mallarına tələb və təklifin dinamika və strukturunu xarakterizə edən göstəricilər sistemini özündə əks etdirən və satelli hesabları adlanan milli statistika sistemində malik olmayan ölkələr sırasındadır. Satellit hesablama əlaqəli sahələrin göstəriciləri nəzərə alınmaqla turizmin ölkə iqtisadiyyatındakı rolunu qiymətləndirməyə imkan verir. Bu məsələnin həlli ölkə iqtisadiyyatında turizmin məcmu payı haqqında dəqiq məlumat almağa imkan verər və bu sahədə dövlət və özəl investisiyaların cəlb edilməsi üçün sanballı argument olar.

Bununla əlaqədar strategiyanın həyata keçirilməsinin ilkin mərhələsində turizm sənayesinin inkişafını hərtərəfli xarakterizə edən göstəricilər sisteminin formalaşdırılması üçün kompleks işlər görmək lazımdır. Bu, aşağıdakı tədbirləri tələb edir:

- Daxili turist axınının həcmi və parametrlərinin müəyyənəşdirilməsi;

- Azərbaycan Respublikasının regionlarının inkişafının makroiqtisadi göstəricilərinin formalaşdırılmasında turizmin payını müəyyənəşdirirmək üçün eksperimental hesablamaların aparılması;

- mövcud statistik hesabatların formasının təkmilləşdirilməsi;

- "xərclər-buraxılış" hesablama cədvəlinin satelli hesablamaya üçün əlavə baza yaratmaq məqsədilə bütün sahələr üzrə genişləndirilməsi;

- dünya və daxili turizm bazarının daimi monitorinqi;

- sahələrarası və regionlararası koordinasiya - bu satelli hesablamalara əsasən, ölkə iqtisadiyyatında turizmin payının müəyyənəşdirilməsində xüsusi rola malikdir. Bu işlər strategiyanın həyata keçirilməsinin birinci mərhələsində başa çatdırılmalıdır. Təsdiq edilmiş satelli hesablama metodikası strategiyanın həyata keçirilməsinin ikinci mərhələsində təbiiq edilməlidir.

Hazırda dünya turizm bazarı çox böyük dərəcədə rəqabətli xarakterə olunur ki, bu rəqabətdə qalib gəlməyin əsas yolu turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin artırılmasıdır.

Turizm xidmətlərinin keyfiyyətini yüksəltmək məqsədilə səyahətərlərin təhlükəsizliyinin təmin olunması nöqtəyi-nəzərindən turistlərin (ekskursiyaçıların) keçdikləri onları həyat və sağlamlığı üçün yüksək təhlükəli (dağlıq və çətin keçilən yerlər, mağaralar, su hövzələri və s.) marşrutla əlaqədar təlimatçı bələdçilərin fəaliyyətinin standartlaşdırılması (attestasiyası) aparılmalıdır. Elə bu məqsədlə Azərbaycan Respublikasında vahid mədəni-informasiya məkanının möhkəmləndirilməsi, o cümlədən yerli və xarici turistlərə ölkəmizin maddi və mənəvi sərvətləri, onun tarixi və mədəni irsi, həmçinin müasir dünyada turizmin yeri və rolu haqqında tam və dolğun informasiyanın çatdırılması üçün ekskursiya rəhbərlikləri, bələdçilərin və bələdçi-tərcüməçilərin fəaliyyətinin attestasiyası aparılmalıdır.

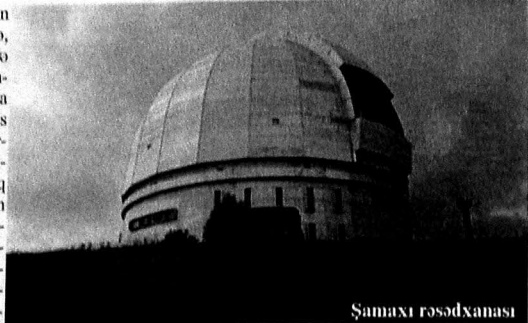
Yeri gəlmişkən qeyd etmək ki, ölkəmizdə turizm sənayesi üçün bakalavr hazırlığı ilə bir neçə ali məktəb - BDU, ATU, ADMİU, NDU, ABU və Qərib Universiteti məşğuldur. 2006-cı ildən yeni yaradılmış Azərbaycan Turizm İnstitutu da bu yüngümdə fəaliyyətə başlamışdır. Fikrimizə, ali məktəblər turizm sənayesi üçün müxtəlif kadrların hazırlanması üçün ixtisaslaşmalıdırlar.

Turizm fənlərinin tədris edən müəllim heyətinin tərkibi turizm sənayesində çalışanların cəlb edilməsi yolu ilə əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirilməlidir. Belə müəllimlərə, bir qayda olaraq, ixtisas fənləri hüvətləndirilməlidir. Uzun müddət təhsil bazasında uğurlu fəaliyyət göstərən xarici ölkələrdəki, o cümlədən Türkiyədəki turizm yönümlü təhsil müəssisələrinin metodiki təcrübəsindən və tədris proqramlarından geniş istifadə məqsəduyğundur.

Turizm və mehmanxana biznesi işçilərinin ixtisaslandırılmasının artırılması üçün şərait yaradılması məqsədilə, həmçinin praktik fəaliyyətin ən aktual məsələləri üzrə ixtisasatırma kurslarının keçilməsi üçün mövcud təhsil müəssisə-



lorinin fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi yaxın illərin əsas vəzifəsi olmalıdır. Bundan əlavə, həmin təhsil müəssisələri turizm sənayesində işə başlayan mütəxəssislərin yenidən hazırlanması ilə məşğul olmalı və bu zaman həm bəzə nəzəri biliklər, həm də praktiki vərdişlər tədris olunmalıdır. Turizm sənayesi üçün kadr hazırlayan tədris müəssisələrinə meyarlar hazırlanmalı və reyting qiymətləndirmə sistemi tətbiq edilməlidir. Bu, gəncləri turizm sənayesi üçün təhsil xidmətləri bazarı haqqında müfəssəl informasiya ilə təmin etməyə imkan verir. Turizm fəaliyyətinin hüquqi-normativ tənzimlənməsinin təkmilləşdirilməsinin əsas istiqamətləri turizm sənayesinin bütün bölmələrini əhatə edən yeni hüquqi aktların hazırlanmasını nəzərdə tutur. Bunlara qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi, investisiya fəaliyyətinin stimullaşdırılması, turizm xidmətlərinin keyfiyyətinin yüksəldilməsi, daxili turizmə dövlət dəstəyi aiddir. Turizmin təhlükəsizliyi modəniyyətinin yüksəldilməsinə istiqamətlənmiş, turistlərdə və ekskursiyaçılarda şəxsi təhlükəsizliyin təminatına, həmçinin ətraf mühitin qorunmasına, modəni-tarixi və təbii irsə şüurlu münasibət formalaşdırılmasına nəzərdə tutan kompleks tədbirlərin həyata keçirilməsi aktual olaraq qalır.



Samaxı rəsədxanası

Qüvvədə olan qanunvericilik normalarının fəal istifadə və turizm yerlərində rabitə vasitələrindən maneəsiz istifadə, həmçinin yüksək təhlükəli marşrutlardan keçən turist və ekskursiyaçıların risklərinin sığortası haqqında hisssəni həyata keçirmək lazımdır.

Beynəlxalq əməkdaşlıq Azərbaycan Respublikasında investisiyaların cəlb olunmasına yardım, turizm məhsulunun təbliği, kadr hazırlanması, turizm statistikasının təkmilləşdirilməsi kimi turizmin inkişafının ümumi məsələlərinin həllini təmin etməlidir. Hazırda Azərbaycan Respublikası hökuməti ilə 16 ölkə - Türkiyə, Pakistan, Ukrayna, Rumıniya, Bolqarıstan, Belarus, Yunanıstan, Moldova, Qazaxıstan və Qətər hökumətləri arasında turizm sahəsində əməkdaşlıq haqqında sənədlər imzalanıb.

Strategiyanın həyata keçirilməsinin birinci mərhələsində Avropa ölkələri, Yaponiya, Koreya, Tailand, Çin, Hindistan, İran kimi Asiya ölkələri, həmçinin MDB ölkələri ilə, perspektivdə isə Yaxın Şərq ölkələri ilə iktidərlə əməkdaşlıq həyata keçirilməlidir.

Çox tərəfli formada əməkdaşlıq Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq təşkilatlarda mövqeyini möhkəmləndirməli, Avropa İttifaqının, Qara Dəniz İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatının, Avrosiya İqtisadi Əməkdaşlıq Təşkilatının, İslam Konfransı Təşkilatının proqramları ilə qarşılıqlı fəaliyyətini genişləndirməlidir. BMÜTT ilə əməkdaşlığa xüsusi diqqət yetirilməlidir.

Strategiyanın həyata keçirilməsi planlaşdırılmış nəticələrin əldə olunmasına mane ola biləcək aşağıdakı

risklərlə bağlıdır:

- Makroiqtisadi risklər -daxili və xarici konyukturanın pisləşməsi, iqtisadi artım tempinin, investisiya fəaliyyəti səviyyəsinin azalması, yüksək inflyasiya, bank sisteminin bəhrəm imkanları.

- Maliyyə riskləri - bütçə kəsirlərinin meydana çıxması və nəticədə bütçədən maliyyələşdirmə səviyyəsinin aşağı enməsi.

- Texnogen və ekoloji risklər. Təbii-iqlim şəraitinin dəyişməsi - hər hansı bir böyük təbii, texnoloji və ya ekoloji fəlakət onların nəticələrini aradan qaldırmaq üçün əlavə ehtiyatlar tələb edir. Qlobal iqlim dəyişiklikləri də turist axını dinamikasına əhəmiyyətli təsir edə bilər.

- Geopolitik risklər - həm daxili, həm də gələcək turizm inkişafına ölkə daxilindəki və qonşu ölkələrdəki siyasi vəziyyət çox böyük təsir edir. Hərbi əməliyyatlar və terrorizm hadisələri turist axınının azalmasına və ölkənin turizm üçün əlverişsiz icimicin formalaşmasına, onun investisiya cəlb ediciliyinin azalmasına gətirib çıxarar.

- Beynəlxalq risklər - turizm sənayesinin uğurlu fəaliyyəti Azərbaycan Respublikasının digər ölkələrlə beynəlxalq münasibətlərinin vəziyyətindən birbaşa asılıdır. Çünki turizm sənayesi üçün beynəlxalq bazarlardakı vəziyyət, valyuta kursu, dövlətlərin qarşılıqlı inteqrasiyasının vəziyyəti çox əhəmiyyətlidir.

Problemlərin həllinin mümkün istiqamətlərinin təhlili institusional və layihə yanaşmalarının uzlaşmasına, bütün səviyyəli dövlət strukturları, biznes-cəmiyyətlər və ictimai təşkilatlar arasında əməkdaşlığın inkişafına əsaslanan və hər bir strateji istiqamət çərçivəsində prioritet vəzifələrin reallaşmasına yönəlmiş turizmin inkişafının vahid dövlət strategiyasının hazırlanmasının vacibliyini təsdiq edir.

© Cabir MƏMMƏDOV,
BDU-nun Xarici ölkələrin
İqtisadi-siyasi coğrafiyası və turizm
kafedrasının professoru