

Sosial turizm, onun cəmiyyətin və təbiətin bütün sferalarına təsiri

Əmir Əliəsgəri

AMEA-nın İnsan Hüquqları İnstitutunun fəlsəfə doktoru hazırlığı
üzrə dissertantı

E-mail: aliasghari.amir@yahoo.com

Rəyçilər: f.ü.f.d. R. Hacıyev,
f.ü.f.d. A. Qurbanov

Açar sözlər: turizm, iqtisadiyyat, ekologiya, mədəniyyət, dövlət, siyasət, qloballaşma

Ключевые слова: туризм, экономика, экология, культура, государство, политика, глобализация

Key words: tourism, economy, environment, culture, government, politics, globalization

Turizm fransızca «*tour*», «*tourisme*» sözündən olub «*gəzinti*», «*səyahət*» mənalarında işlənir. Turizm insanın asudə vaxtında dini, idman, peşə, sağlamlıq məqsədlə etdiyi səyahətdir. Fəal istirahət növlərindən biri olan turizm insanları başqa ölkələrin və regionların mədəniyyətilə tanış olmağa imkan verir. Turizmi inkişaf etdirən əsas amillər təbii, mədəni, tarixi resurslardır.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, turizmin inkişafı üçün aşağıdakı şərtlər lazımdır:

- «— stabil sosial-iqtisadi şəraitin olması;
- inzibati əngəllərin olmaması;
- turist təşkilatlarının yüksək məsuliyyəti;
- yüksək turist xidməti;
- ərazinin və ölkənin yüksək turist imicinin mövcudluğu;
- rahat və təhlükəsiz nəqliyyat, etibarlı rabitə;
- turistlərin təhlükəsizliyinin təmin olunması» [13]

Müasir qloballaşma və inteqrasiya şəraitində milli və ümumdünya inkişaf proqramları inkişaf edir və turizmin əhəmiyyəti artır. Rusiya tədqiqatçısı B.A. Kvartalпов turizm sahəsinin normativ-hüquqi həllinin aşağıdakı komponentlərdən ibarət sosial yönümlü siyasət yeridilməsinin irəli sürüldüyünü göstərir:

- «— sosial məsələlərin həllinə yönəlmiş bazar iqtisadiyyatı;
- milli iqtisadi maraqların xarici maraq qarşısında prioritetliyi;
- sosial-sağlamlaşdırıcı, mədəni-maarifləndirici və ekoloji-ekspedisiya turizmin inkişafının üstünlüyü;
- sosial turizm məhsullarının qiymətlərinin liberallaşdırılmasının mexanizminin işlənilib hazırlanmasında bazar münasibətlərinin tənzimlənməsinin yeni formalarının yaradılması;
- turizmin inkişafına dövlət yardımının göstərilməsi» [14].

Azərbaycan Respublikası müstəqillik əldə etdikdən sonra turizmi inkişaf etdirmək üçün normativ-hüquqi baza yaradıldı. Turizm haqqında qanun turist fəaliyyətinə dair dövlət siyasətinin əsas prinsiplərini müəyyənləşdirdi.

N. Musayeva 2011-ci ildə ölkəyə gələn 2239.2 nəfərin 1561.9- nəfərinin turist olduğunu göstərir [15].

Regionda Asiya kontinenti Avropa və Afrika arasında körpü rolu oynayan mühüm

geosiyasi vəziyyətə malik olan İran turizmi özünə cəlb edən gözəl təbiətə qeyri-adi arxeoloji və tarixi abidələrə qədim sivilizasiyaya, təkrarolunmaz ekosistemə, inkişaf etmiş güclü iqtisadiyyata malik o bir dövlətdir.

Turizm sadə bir proses olmayıb cəmiyyətə müsbət və mənfi təsirlər göstərir. Bu təsirləri müxtəlif aspektlərdən — onun iqtisadiyyata, ekologiyaya, mədəniyyətə, siyasətə və s. nöqtəyi-nəzərdən gözdən keçirmək olar.

İqtisadiyyat və turizm arasında sıx qarşılıqlı əlaqə vardır və demək olar ki, onları bir-birindən ayırmaq olmaz. İqtisadiyyat üçün turizmin əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, o, müvafiq sahələrin nəqliyyatın, mehmanxana təsərrüfatının, rəbətənin, ticarətin, ictimai yaşənin, suvenir istehsalının inkişafına səbəb olur, yerli əhali və ölkə üçün gəlir mənbəyidir. Turizm yeni iş yerlərinin yaranmasına, əhalinin məşğulluğunun təmin olunmasına təkan verir.

Çünki turizm iqtisadi və mücərrəd anlam daşıyır və insanların səyahət etməsi, səfərə getməsilə bağlıdır və burada bir sıra qarşılıqlı iqtisadi proseslər baş verir (1, 62)

Onu qeyd edə bilərik ki, turizmin beynəlxalq miqyasda iqtisadiyyata təsiri milli səviyyədəki təsirindən daha güclüdür. Bütün dünya ticarət mübadilələrində turizm və turizm xidmətləri zəminində əldə edilən gəlirlərin payı ilə bağlı aparılan tədqiqatlar göstərir ki, bu pay son on il – liklərdə orta artıma məruz qalıb və 1950-ci illərin əvvəllərində turizm xidmətinin ümumi dünya ixracatında olan payı 3-5% olduğu halda, 1970-ci illərin sonlarında turizm xidmətinin ümumi dünya ixracatından olan payı 8% təşkil edirdi. 1990-cı ildə dünyanın müxtəlif ölkələrində cəmi 23 milyard dollar xərclənmiş və dünyanın müxtəlif ölkələrində 435 milyon turist qeydə alınmışdır. 2000-ci ildə dünyada turistlərin sayı 661 milyon nəfərə çatmışdır, 2007-ci ildə isə bu rəqəm 900 milyon nəfər olmuşdur [17].

Müxtəlif ölkələrin turizm gəlirlərinə öləri bir nəzər salmaqla belə bir nəticəyə gəlib çatırıq ki, dünyanın ayrı-ayrı ölkələrinin müxtəlif siyasi, mədəni, ictimai və s. məqsədlərlə turizmə olan baxışı tamamilə fərqli olmuşdur. Ancaq ölkələrin əksəriyyəti iqtisadi inkişafa birinci dərəcəli əhəmiyyət verirlər, ona görə ki, turizm sürətlə inkişaf edərək dünyanın ən böyük sənətinə çevrilmiş və ölkələrin milli iqtisadiyyatına əsas iqtisadi mənbələri daxil etmişdir.

Turizmin ölkələrin iqtisadiyyatına təsiri. Məşğulluq hər bir ölkədə iqtisadi inkişafın əsas məsələlərindən sayılır. Məşğulluq insanların əsas gəlir mənbəyi və cəmiyyətdə yoxsulluğun aradan qaldırılmasının əsas amili hesab edilir. İşsizliyin səviyyəsinin aşağı salınması iqtisadın inkişafına səbəb olur.

Turizm iqtisadiyyat sahəsinə aid fəaliyyət növlərindən olub, uzun müddətdir ki, mövzu müzakirəsinə çevrilmiş və ümumi ticarət razılaşması əsasında ümumdünya ticarət təşkilatının ixtiyarına verilmişdir. Turizmlə bağlı xidmət növləri istehsalın 11 faizini özündə əks etdirir və dünya səviyyəsində 200 milyon nəfəri əmək fəaliyyəti ilə təmin etmişdir [3, 10].

Dünya üzrə ümumi işçi qüvvəsinin səkkiz faizi turizm sahəsində işləyirlər. Bu sahənin inkişafı cəmiyyətdə birbaşa və ya dolayı yolla iş yerlərinin açılmasına səbəb olur. Otel və restoranlarda, hava yollarında və turist bürolarında çalışanlar bir başa məşğulluq və eyni halda, qida sənayesi və səhiyyə sahəsində işləyənlər isə dolayı sayılan iş yerləri ilə təmin edirlər.

Turizm ÜDM istehsalında çox mühüm rola malikdir. Çünki turizm mühüm valyuta mənbəyi sayılır. Ödənişlərin balansı da hər bir ölkə üçün turizmin iqtisadi əhəmiyyətini özündə əks etdirən mühüm bir göstərici hesab edilir və bu sahənin ölkənin iqtisadiyyatındakı funksiyasının təzahürüdür.

Turizm, iqtisadçıların dedikləri kimi “görünməyən ticarət”dir, belə ki, bu qəbildən olan ticarətdə məhsul, mütləq şəkildə maddiyyat şəklində qalmır. Beləliklə, onun həcmi asanlıqla təyin edilmir. [7, 100]. Bu ticarət növünün iqtisadi təsiri hər hansı bir ölkənin ödəniş

balansında açıq aşkar görünmə belə, ondan əldə edilən gəlir və ölkə vətəndaşlarının göstərdikləri xidmətləri nəticəsində əldə edilən gəlirin başqa ölkədə heç bir anlamı olmur. Bu gözə görünməyən ixracat xüsusilə, gəlir mənbəyi gözəçarpan dərəcədə olmayan ölkələrdə qiymətli qənimət sayılır.

Dövlətlər 3 səviyyədə turizm fəaliyyətlərinə müdaxilə edirlər: beynəlxalq, milli və yerli səviyyədə.

Beynəlxalq səviyyə, yəni dövlətlər dünya, yaxud beynəlxalq səviyyədə turizmə müxtəlif şəkillərdə müdaxilə edirlər: ticarət müqavilələri: bir neçə ölkə arasında bağlanan müqavilələr dövlətin beynəlxalq və ya dünya səviyyəsindəki müdaxiləsinin nümunəsidir. Bu müqavilələr dövlətlərin iqtisadi və ticarət fəaliyyətlərində riayət etdikləri prinsip və üsullardır. Məzənnə və ticarət müqavilələrinin (GAT), Ticarət xidmətləri ümumi müqaviləsinin (GAREZ), Şimali Amerika və Avropa ölkələrinin azad ticarət müqaviləsinin (NEFTA) bağlanması dövlətlərin öz sərhədləri xaricində ticarət zəminində göstərdikləri səylərinin nümunəsidir və onlar bu yolla dünya səviyyəsində alqı-satqı zəminində fəaliyyətlərində effektiv miqdarda və özlərinin proqnozları daxilində artım əldə etməyə səy göstərir. Turizm baxımından ikitərəfli müqavilələr beynəlxalq səviyyədə xüsusi müqavilələrin bağlanmasına səbəb olur. İkitərəfli müqavilələrdə iki ölkə arasındakı hava daşımaları ilə bağlı şərtlər müəyyən olunur. Bu baxımdan bu qəbildən olan müqavilələr beynəlxalq fəaliyyətlərdə və bu sahədə müvəffəqiyyət əldə etməkdə mühüm rol oynayırlar. Bu müqavilələr ikitərəfli olduğundan iki ölkə bir sənəd imzalamaqla xüsusi qaydalara riayət etməyi öhdələrinə götürürlər. Buna görə də başqa bir ölkə ilə hava xətti yaratmaq istəyən ölkə müzakirələrə başlayır və bu sahədə ayrıca müqavilələr bağlamağa çalışır. Marketing, yəni ölkələrin əksəriyyəti ölkə xaricində reklam, genişlənmə və yayılma fəaliyyətləri aparır və daxildə fəaliyyət göstərənlər ondan yararlanırlar.

Milli səviyyə, yəni dövlət milli səviyyədə çoxsaylı müdaxilələr həyata keçirə bilər. Adətən, milli turizm sənayesinin müvəffəqiyyəti və süqutu dövlətin müdaxiləsi, yaxud dövlətin dəstəkləməsindən asılıdır. Dövlət aşağıdakı sahələrdə turizm və səyahət fəaliyyətlərinə müdaxilə edir: giriş-çıxış, yəni milli dövlət fərdlərin sərhədlərdən daxil olma-getmə məsuliyyətini öz öhdəsinə götürür. Bu məsuliyyət öz növünə görə, ardıcıl şəkildə diqqətə alınmalı olan bir çox məsələləri əhatə edir. Bu zəmində pasport verilməsi, sərhədlər və aeroportların nəzarətdə saxlanması, gömrük qaydalarının tətbiq edilməsi milli dövlətin əsas məsuliyyət- lərindən sayılır. Planlaşdırma siyasəti, yəni siyasətdən məqsəd ümumi bir plan olub, məqsədləri və imtiyazları əhatə edir. Bu baxımdan da ümumi siyasətlər dövlətin nəzərdə tutduğu nəticələri və hədəfləri və bu nəticələri əldə etməyin metodlarını əhatə edir. Siyasətlər və proqramlar da dövlətin vəzifələrindən olub, turizm sənayesinin müvəffəqiyyət qazanmasında əsas rol oynayır.

Təbiidir ki, insanlar tərəfindən həyata keçirilən heç bir fəaliyyət növü səyahət və səfərlər qədər müxtəlif xalqlar və insanlar arasında tanışlığın yaranmasına səbəb olmur və bu tanışlıq insanların bir birinə baxışlarının dəyişməsindən əlavə, müsafirlərin daha da yaxınlaşması yerli əhali və onların arasında dostluq əlaqələrinin yaranmasına səbəb olur. Səfər zamanı onların ailələri arasında mehriban, dostluq və ya iş əlaqələrinin yaranması da mümkündür.

Turizm sahəsi ölkələr arasında ən yaxşı və xoş niyyətli səfir rolunu oynaya bilər. Turizm həmçinin səfər edən şəxsin getdiyi ölkənin xalqları qarşısında öz xalqının mədəniyyəti və ləyaqətini, böyüklüyünü göstərmək üçün bir növ simvol ola bilər. Şübhəsiz ki, iki ölkənin insanların bir biri ilə ikitərəfli tanışlığı ölkələr arasında siyasi, ictimai və mədəni əlaqələrin möhkəmlənməsində çox böyük və effektiv təsirlə malikdir. Təbiidir ki, heç bir sahə turizm

qədər insanların digər xalqların mədəniyyəti və digər xüsusiyyətləri barədə məlumatlı olmağında təsirli ola bilməz. Dünya xalqlarının müxtəlif mədəniyyətlərin yaxınlaşması istəyi və bu sahədə axtarıqları ən asan və effektiv yol, turizmin qarşılıqlı münasibətlərdə rolunun daha da artmasına səbəb olmuşdur. Turizmin siyasi dəyəri hazırda təbii bir proses halına gəlmiş və dünya səviyyəsində etibarlı bir mövqə tutmaqdadır. Turizm və siyasət o dərəcədə bir-birinə nüfuz etmişlər ki, ondan dünya səviyyəsində də bəhrələnmək lazımdır. Bu iki termindən doğan təsir də turizm sənayesinə daha çox diqqət yetirilməsini tələb edir. Bu səbəbdən turizm sahəsi xalqlar arasında qarşılıqlı anlaşmaya səbəb olan təsirli vasitə olmalı və dünyada sülh və sabitliyin daha da möhkəmlənməsinə xidmət etməlidir.

Qeyd etmək lazımdır ki, turizmlə bağlı fəaliyyət sahəsi beynəlxalq səviyyədə öz mövqeyini tapmış, rəsmi olaraq tanınmış və qəbul edilmişdir. Belə ki, beynəlxalq təşkilatlar, o cümlədən BMT və Avropa iqtisadi birliyi və bir neçə beynəlxalq əməkdaşlıq təşkilatları artıq inkişaf etməkdə olan ölkələrdə turizm sahəsinin genişləndirilməsi və müxtəlif proqramların həyata keçirilməsi üçün zəruri olan maliyyə vasitələrini hazırlayırlar. [12, s 11]

Turizm və qloballaşma. Qloballaşma prosesi müxtəlif ölkələrə səfər etmək üçün maneə və sərhədləri azaldığından, turizm baxımından, insan qüvvəsi, bütün dünya insanları üçün maddi və rifah imkanlarını ədalətli şəkildə paylaşdıran müştərək bir bazar yaratmaqla nəticələnməkdədir. Bu turizmin rəvnəq tapması deməkdir. Belə ki, turizmin geniş üfüqləri istehlakın mahiyyətini dəyişmək və qloballaşma çərçivəsində aşağıdakı halları əhatə edə bilər:

— turistlər nisbi olaraq yüksək maddi imkanlara malikdirlər, əlbəttə, bazarın əhatə genişliyini nəzərə alaraq, onu yaxşı xərcləməkdə də həssaslıq göstəririlər.

— postmodern dövrü turistləri yaranmış əsasları nəzərə alaraq, daha çox fərdi və ya ailəvi səfərlərə meyl göstəririlər və əksər hallarda hərəkət nöqtəsi ilə və məqsəd arasındakı fasilə qısadır.

— turistlərin tendensiyası qloballaşma prosesində yaranan informasiya bolluğu nəzərə alınmaqla, ən az səylə maksimum təcrübə və istifadədir.

— turistlər planlı və əvvəlcədən planlaşdırılmış səfəri tərcih edirlər, başqa sözlə desək, informasiya və turizm paketlərini də klassifikasiya edilmiş şəkildə istəyirlər.

— turistlər bütün yaşlarda turizmə müraciət edirlər. Ancaq ümumilikdə yaşlıların nisbəti artmışdır, yaşlılar gündən-günə daha çox turizmə meyl göstəririlər. Lakin texnoloji əsaslar diqqətə alınmaqla bir yerdə qalmağa daha az meyillidirlər. Praktiki olaraq, turistlərin bir yerdə qalması müddətinin azalması dünyəvi bir fenomendir və turizmə investisiya qoyuluşunda əsas rol oynayır [16].

Turizmin qeyd olunan xüsusiyyətləri qloballaşma fenomeni ilə tam həmrəylik və birbaşa əlaqədədir və ona təsir göstərməkdədir. Bu da turizm və qloballaşmanın qovuşmasında faydalı ola bilər.

Ümumiyyətlə, turizm və qloballaşmanın inteqrasiyası aşkardır və bu ikisi genişlənmə gedişində bir-birinə təsir göstərir. Qloballaşma və turizmin əsas göstəricilərini aşağıdakı hallarda araşdırmaq olar: ticarət və iqtisadi qurumların genişlənməsi, dünya ticarətinin sürətli inkişafı, məhdudiyyətlərin azalması və ticarət və maliyyə açıq olması dərəcəsinin artması, birbaşa xarici investisiya qoyuluşunun sürətlə artması, daxili və xarici qiymətlərin konvergensiyası. Müasir dövrümüzdə bu fenomen bir neçə şaxəli sənaye sahəsi kimi qlobal əhəmiyyətli bir fəaliyyətə çevrilmişdir. Turizmin iqtisadi, mədəni və siyasi təsirlərə malik olmaqla yanaşı dəyişiklik və islahatın mühüm amillərindən biri ola bilər.

Məqalənin aktuallığı. Aktualıq turizmin çoxaspektli bir fenomen kimi dünya fəaliyyətinə çevrilməməsi, iqtisadiyyata, ekologiyaya, mədəniyyətə, dövlətlərə, siyasətə və

qloballaşmaya təsir etməsilə yanaşı, dünyadakı ən mühüm dəyişiklik qüvvələrindən biri olması ilə bağlıdır.

Məqalənin elmi yeniliyi. Sosial turizmin ictimai həyatın bütün sahələrinə təsiri hərtərəfli araşdırılmışdır.

Məqalənin praktik əhəmiyyəti və tətbiqi. Məqalədən turizm sahəsi üzrə çalışan mütəxəssislər, eləcə də təiəbə və magistrantlar istifadə edə bilərlər.

Ədəbiyyat

1. Rezvani Ə. Coğrafiya və turizm sənayesi. Tehran, Pəyam nur Universiteti nəşriyyatı, 2014.
2. Məhəllati S. Asudə vaxtlarda axtarış. Tehran, Şəhid Beheşti Universiteti nəşriyyatı, 2008.
3. Mahmudi Meyməndi M., Moqəddəmi Ə. Dünya turizminin yeni idarəetməsi. Tehran: Mehkame, 2009.
4. Məhərrəmzadə M. İdman turizminin prinsipləri və əsasları. Tehran: Cihade-daneşqahi, 2008, 30 s.
5. Zərgəm Bruceni H. Turizmin inkişafının planlaşdırılması. Tehran: Mehkame, 2009.
6. Rəncbəriyan B., Zahedi M. Turizmin tanınması. İsfahan: Çahar bağ, 2007.
7. Ston V. Turizm coğrafiyası. Tərcümə: Rezayi M. Tehran: Pəyam nur Universiteti nəşriyyatı, 2008.
8. Əfəce Ə. Turizmin siyasi, iqtisadi, etik və mədəni aspektlərinin araşdırılması. İran İslam Respublikasında keçirilən ilk Turizm seminarının məqalələr toplusu, cild, Kiş Abadlaşdırma İdarəsinin nəşriyyatı, 2006.
9. Elyot C. Turizmin idarə edilməsi / Tərcümə: Cəmşidiyan M., Mehdiqur Ə. "Mali" nəşriyyatı, 2009.
10. Moşizadə R. Turizm. Tehran: Səy, 2006.
11. Dolətabadi F. Mədəniyyət turizmi. Tehran: Azad İslam Universiteti nəşriyyatı, 2008.
12. Məsumi M. Turizmin mahiyyəti. Tehran: Peyk Kosər, 2004.
13. Винокуров М.А. «Что такое туризм» [https:// www. superleninka. ru. /article/ n./cto. tokoe.taurizm.](https://www.superleninka.ru/article/n/cto_tokoe_taurizm)
14. Квартальпов В.А. Современные особенности туризма как научного познания и исследований. // <https://hmsi.ru/doc/11d.4/a01.41895311612/> // Теория и практика физической культуры, 2002, № 11.
15. Мусаева М. Развитие туризма в рамках государственной политики Азербайджана // [https://www.du.lr/wp-content/uploads/2013/10/23'Musayeva.kolf](https://www.du.lr/wp-content/uploads/2013/10/23/Musayeva.kolf)
16. www.hamshahrionline.ir
17. [http://www.geoben.blogfa.com.](http://www.geoben.blogfa.com)
18. <http://www.yjc.ir>
19. <http://www.tinn.ir>
20. www.vista.ir

А. Алиаскери

Социальный туризм и его влияние на все сферы общества и природу

Резюме

Сегодня туризм не только передвижение, отдых, развлечение и устранение усталости. Туризм в качестве многогранной деятельности влияет на жизнь людей. В данной статье рассматривается влияние туризма на экономику, на экологию, на культуру, на государства, на политику, на глобализацию. Занятость, экономическое развитие, ведение платежного баланса и улучшение качества жизни людей – это показатели, которые находятся под влиянием экономических последствий туризма. Также туризм дает возможность для лучшего и большего распознавания культур, убеждений и веры людей. Туризм и государства имеют двухсторонние отношения. Так как, развитие туризма невозможно без государственного вмешательства и государства воспользуются преимуществами туризма. Туризм – это мост, который связывает людей и различные народы друг с другом, приводит укреплению социальных связей народов, также способствует развитию международных связей и играет существенную роль в установлении всеобщего мира.

A. Aliasgeri

Social tourism and its impact on all spheres of society and nature

Summary

Today tourism is no longer just move Jackets, resting, leisure and eliminating fatigue and Can attack many human lives as a multifaceted activity. In this paper, the effects of tourism, economy, environment, culture, administration, politics and globalization is studied. Employment, growth Aqssady, maintaining the balance of payments and improve the quality of life variables that affect the economic impacts of the tourism industry will escape. Positive and negative human impact on natural tourism Brmhyt Gzarast. It's also a good opportunity to identify Byshtfrhngha industry, provides the public believes. This industry also Provide Good opportunity For better and more Cultures, believes people. The tourism industry and governments have a bilateral relationship. So that tourism development is not possible without government intervention and governments will benefit tourism benefits. Tourism is a bridge to connect the various people nations and will also play a role in establishing world peace.

Redaksiyaya daxil olub: 26.04.2018