

UOT: 379.85

ORCID: 0009-0000-0970-6761

<https://doi.org/10.52094/RANA9503>

Maqsud Məmmədzadə Saadi oğlu
Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti
Magistrant
uvttthvu@gmail.com

SOSIAL-MƏDƏNİ XİDMƏT VƏ TURİZMIN AKTUAL PROBLEMLƏRİ

Xülasə: Müasir dövrdə qonaqpərvərlik və turizm sənayesi sürətlə inkişaf edir, lakin obyektlərin say artımı xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsi ilə həmişə paralel getmir. Sosial-mədəni xidmət və turizm iqtisadiyyatın spesifik, çoxşaxəli sahəsi kimi insanların istirahət, mədəni, təhsil və sağlamlıq ehtiyaclarını qarşılamağa yönəlmişdir və milli iqtisadiyyata çarpan təsiri ilə mühüm töhfə verir.

Turizmin sosial xarakteri, mədəniyyətlərarası təmasları artırması, fərdi inkişaf, regional inkişaf və sosial rifah üçün yaratdığı imkanlar mühüm əhəmiyyət daşıyır. Müasir cəmiyyətin mobillik, istehlak aktivliyi və qloballaşma kimi xüsusiyyətləri turizmin rolunu daha da gücləndirir. Sahədə vəziyyəti yaxşılaşdırmaq üçün xidmət keyfiyyətinin milli sertifikatlaşdırma sisteminin yaradılması, turistlərin qalma müddətini uzadan regional turizm məhsullarının təşviqi və infrastrukturun inkişafı üçün maliyyə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi zəruridir.

Açar sözlər: sosial-mədəni xidmət, turizm, xidmət keyfiyyəti, davamlı turizm, peşəkar təlim, rəqəmsallaşma, infrastruktur.

Müasir dünyada qonaqpərvərlik industriyası sürətlə inkişaf edir. Otel biznesi və turizm bu gün kifayət qədər yüksək rentabellik nümayiş etdirir, hər il daha çox yüksək səviyyəli otellər, restoranlar və turizm şirkətləri yaranır. Bununla belə, say baxımından artım xidmət keyfiyyətinin yüksəlməsi ilə həmişə müşayiət olunmur və dünya standartlarından xeyli uzaqdır. Azad bazar şəraitində istehlakçı malları və xidmətləri seçimdə müstəqildir: rəqabət daxili iqtisadiyyatın, o cümlədən rekreatsiya-turizm kimi spesifik bir sahənin.

Sosial-mədəni servis və turizm sahəsinin inkişafı ölkə iqtisadiyyatının təkmilləşdirilməsinin perspektiv istiqamətlərindən biridir. Xidmət industriyası iqtisadiyyatın spesifik və çoxşaxəli bir sahəsidir və burada həm maddi, həm də

qeyri-maddi məhsullar (xidmətlər) istehsal edən müəssisələr birləşir. Elə bu xüsusiyyət də onu iqtisadiyyatın digər sahələrindən fərqləndirir və həm sahənin bütövlükdə idarə olunmasını, həm də ayrıca xidmət müəssisələrinin idarə edilməsini xeyli mürəkkəbləşdirir.

Müştərilərin dəyişən tələblərinə uyğun olaraq sosial-mədəni servis və turizm sahəsində çalışan mütəxəssis haqqında təsəvvür transformasiya olunmalıdır. Lakin hazırkı mərhələdə müştəriyönümlü yanaşmanın inkişafına tələbələrə motivasiya səviyyəsinin aşağı olması, peşəkar rolu uğurla mənimsəyə bilməmələri mane olur.

Sosial-mədəni xidmət və turizm insanların istirahət sahəsindəki mədəni, təhsil, sağlamlıq və turizm ehtiyaclarını ödəməyə yönəlmiş fəaliyyətləri birləşdirən bir xidmət sahəsidir. Bu sahəyə mədəni turizm (sənət, tarix və ənənə ilə əlaqəli səyahətlər) və sosial turizm (Dövlət, fondlar və ya işəgötürənlər tərəfindən qismən və ya tamamilə maliyyələşdirilə bilən mütəşəkkil səyahətlər) daxildir. Bu sahədəki mütəxəssislər mədəniyyət mərkəzlərində, muzeylərdə, təhsil müəssisələrində və turizm agentliklərində işləyirlər [4].

Əsas vəzifə insanlara güclərini bərpa etməyə, yeni təcrübələr və biliklər əldə etməyə, mədəni və sosial maraqlarını həyata keçirməyə kömək edən xidmətlər göstərməkdir. Turizm tarixi abidələrin bərpası və qorunması, habelə yerli adət-ənənələrin, incəsənətin və adətlərin təbliği üçün vəsait cəlb etmək üçün mühüm vasitədir. Sosial-mədəni xidmət və turizm sənayesi, iş yerlərinin yaradılması və qonaqpərvərlik, nəqliyyat, iaşə və suvenir sənayesi kimi əlaqəli sahələr üçün çarpan təsir yolu ilə milli iqtisadiyyata əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Bu sahə fərdi böyüməyə, sosial rifahın yaxşılaşdırılmasına, insanlar və mədəniyyətlər arasında sosial əlaqələrin və qarşılıqlı anlaşılanın möhkəmlənməsinə kömək edir. Turizm bölgələrin davamlı inkişafı üçün güclü bir stimula ola bilər, turizm potensialını açır və yerli əhalinin həyat keyfiyyətini artırır. Beləliklə, sosial-mədəni xidmət və turizm həm fərdlərin həyatında, həm də cəmiyyətin sosial-iqtisadi inkişafında mühüm rol oynayan dinamik inkişaf edən və çoxşaxəli bir sahədir.

Bu gün turizm bütün ölkələri və qitələri əhatə edir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (UNVTO) məlumatına görə, 2024-cü ildə dünyada turistlərin ümumi sayı 1,4 milyard nəfər, 2023-cü ildə isə 975 milyon beynəlxalq səyahət qeydə alınıb ki, bu da 2022-ci ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 38% çoxdur. Son 10 ildə səyahətçilərin sayı 40% -dən çox artmışdır. 2017-ci ilin əvvəlində yer kürəsinin əhalisi təxminən 7,577 milyard nəfər idi.[1]. Turizmin inkişafının

miqyası və dinamikası müasir qlobal cəmiyyətə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir.

2024-cü ildə Azərbaycan Respublikasına gələn turistlərin sayı – 2 626,7 min nəfər təşkil edib, bu rəqəm əvvəlki ilə nisbətən 25,9% artım təşkil edir. 2024-cü ildə turizm sektorunun Azərbaycan iqtisadiyyatına töhfəsi təqribən 7,8 milyard manat, 423,700 iş yeri təmin etmiş, turistlərin beynəlxalq və daxili xərcləri müvafiq olaraq 3,4 və 3,5 milyard manat təşkil etmişdir. Turiatların 60.9%-i paytaxtın (Bakı) payına düşür; qalan səyahətçilərin əsas sayı bölgələri əhatə edir: Xaçmaz, Naftalan, Qusar, Qəbələ. Bu öz növbəsində tələbin bir nöqtədə güclü konsentrasiyasını göstərir. Ziyarətlərin əksəriyyətinin qısa işgüzar səfərlər, tranzit, günlük səfərlər və ya qısa ekskursiyalar olduğunu göstərir. Bu, əlavə xidmətlərdən (yemək, ekskursiyalar, suvenirlər, sağlamlıq) gəlirini məhdudlaşdırır, gəlir vahidi üçün sabit əməliyyat xərclərinin payını artırır. Paytaxtda turistlərin konsentrasiyası regional bərabərsizlikləri artırır, şəhər infrastrukturunu çox yükləyir və turizmin iqtisadi təsirlərinin respublikaya bərabər paylanmasına imkan vermir.

Gəlmə turizmin artmasına baxmayaraq, turistlərin saxlanması və təkrar ziyarət indeksinin artması, xidmət keyfiyyətinin dəyişkənliyi, standartlaşdırmanın olmaması və özəl müəssisələrdə keyfiyyətin monitorinqi sisteminin zəif olması səbəbindən baş verir. Bu, obyektlərin sayının artması ilə müştəri təcrübəsinin səviyyəsi arasındakı uyğunsuzluqla təsdiqlənir.

Turizm kütləvililiyi sayəsində müasir qlobal cəmiyyətin ayrılmaz elementi olmuşdur. Müasir cəmiyyətin turizmin inkişafına şərait yaradan əsas xüsusiyyətləri sənaye inqilabının təsiri altında formalaşmışdır. Bu inqilab əhalinin sərbəst vaxtının dəfələrlə artmasını təmin etmiş, həmçinin geniş nəqliyyat infrastrukturunu şəbəkəsinin inkişafı dünya ölkələrinin sakinlərinin mobilliyində müsbət dinamika yaratmış, müxtəlif ölkələrin və xalqların nümayəndələri arasında mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqəni genişləndirmişdir [3].

Turizmi sosial sahənin elementi kimi nəzərdən keçirərkən “səyahət” və “turizm” anlayışlarını bir-birindən fərqləndirmək vacibdir. Bu anlayışların açıq şəkildə bir-biri ilə bağlı olmasına baxmayaraq, onlar eyni mənə daşımır. Səyahət insanın həyat tərzini və ya onun gəlir mənbəyi olan əmək fəaliyyəti forması ola bilər. Turizm isə daha çox asudə vaxtın təşkili, zövq alma, sağlamlıq və rekreasiya məqsədləri və digər məqsədlərlə edilən səfərləri əhatə edir. Hazırda turizmin növlərinin geniş nomenklaturası mövcuddur: rekreasiya turizmi, idrak (maarifləndirici) turizmi, mədəni-sağlamlıq turizmi, müalicəvi-

səğlamlıq turizmi, əyləncə turizmi, hadisə turizmi, idman turizmi, ekskursiya turizmi, biznes turizmi, mədəni turizm.

Turizm fenomeni yarandığı andan etibarən insanların həyatının mühüm parçasına çevrilmişdir. O, çoxşaxəli təzahürləri ilə insanların asudə vaxtının təşkili məsələləri, insanlararası münasibətlər, insanla ətraf mühitin qarşılıqlı təsiri sferasına daxil olur. Qloballaşma şəraitində mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqə xüsusi aktuallıq kəsb edir, çünki turizm müxtəlif mədəniyyətlərin nümayəndələrinin qarşılaşdığı bir ictimai fəaliyyət sahəsidir. Turistlərin məqsəd və tələbatları ilə bağlı məsələlər getdikcə daha da ön plana çıxır ki, bu da öz növbəsində turizmin növlərinin diferensiasiyasına gətirib çıxarır. Məsələn, müasir mədəni turizm çoxlu formaları və təzahürləri ilə seçilir. “Cultural Tourism Studies” kitabının müəllifi Melani Smit mədəni turizmin aşağıdakı növlərini təqdim edir:

1. Tarixi turizm – tipik ziyarət obyektləri: qalalar, saraylar, kənd evləri, arxeoloji abidələr, tarixi abidələr, muzeylər, dini məkanlar;
2. İncəsənət yönümlü turizm – teatrların, konsertlərin, qalereyaların, festivalların, karnavalların və digər tədbirlərin ziyarət edilməsi;
3. Yaradıcı turizm – fotoqrafiya, rəssamlıq, keramika, kulinariya, dil öyrənmə, sənətkarlıq;
4. Şəhər turizmi – tarixi şəhərlərin, yenidən dirçəldilmiş sənaye şəhərlərinin ziyarəti, incəsənət nümunələri ilə tanışlıq, alış-veriş, şəhərlərin gecə həyatı ilə tanışlıq;
5. Kənd turizmi – kəndlərin, fermaların, ekomuzeylərin, mədəni landşaftların, milli parkların və s. ziyarəti [6].

Hazırda turizm cəmiyyətin bütün təbəqələri üçün səciyyəvidir və M.Veber və P.Sorokinin sosial stratifikasiya nəzəriyyəsi baxımından fərdin sosial sinifə mənsubiyyətinin formalaşmasına təsir edən amil kimi çıxış edə bilər. Fərdin cəmiyyətdəki iyerarxik mövqeyi nə qədər yüksəkdirsə, adətən onun turistik fəaliyyət imkanları da bir o qədər geniş olur. Turizm sahəsində təqdim olunan imkanların çoxçeşidliliyi istehlakçıların diversifikasiyasına gətirib çıxarır. Bir sıra tədqiqatçıların fikrincə, turizm fenomeni qlobal cəmiyyətin strukturlarının mürəkkəbləşməsi və ona xas olan fundamental dəyərlər nəticəsində dünyanın dərk edilməsinə yönəlmiş sosial strategiya kimi formalaşmışdır. Turizm fenomeni qlobal cəmiyyətin əsas xüsusiyyətlərini – mobillik, istehlak aktivliyi, vizuallaşma, virtuallaşma, qloballaşma və s. əks etdirir [4].

Ümumdünya Turizm Təşkilatının fikrincə, turizm müəyyən ərazilərin və regionların yerli icmalarının rifahının artırılması üçün bir alət kimi çıxış edə bilər. Ümumiyyətlə, global cəmiyyətin müasir həyatının fenomeni olan turizm dayanıqlı sosial rifahın formalaşmasının ayrılmaz amilinə çevrilir.

Bu sahədə vəziyyəti yaxşılaşdırmaq üçün konkret tədbirlər görülməlidir, məsələn: 1. İllik ictimai reytingi olan turizm xidmətlərinin (otellər, bələdçilər, tur operatorları) keyfiyyətinin sertifikatlaşdırılması üçün Milli sistem hazırlamaq və tətbiq etmək;

2. Turistlərin orta qalma müddətinin uzadılması ilə bölgələrdə (festivallar, muzeylər, gastronomik turlar yaradılmasını stimullaşdırmaq;

3. Maliyyə alətlərindən düzgün istifadə etmək, regional infrastrukturun modernləşdirilməsi üçün güzəştli kreditlər və qrantlar ayırmaq (otellər, yollar, rəqəmsal rabitə).

Təhlil göstərir ki, Azərbaycan davamiyyət axınlarını uğurla artırır və sektorun iqtisadiyyata töhfəsini bərpa edir, lakin qısa səfərlər (orta hesabla 1,63 gecə) və Bakıda yüksək konsentrasiya, regionlar üçün potensial multiplikativ effektləri və turist tələbinin monetizasiya dərinliyini məhdudlaşdırır. Keyfiyyətli artıma keçmək üçün məhsulların, insan kapitalına qoyulan investisiyaların, rəqəmsallaşmanın və davamlılığın birləşməsi lazımdır.

Ədəbiyyat siyahısı

1. UNWTO Tourism Highlights presents a concise overview of international tourism in the world based on the results for the year 2024 URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>

2. Матвеева А. Механизмы социализации личности в условиях постиндустриализма: монография. – Казань: Бук, 2022. – 240 с.

3. Исрафилзаде С.Э. Влияние процесса глобализации на трансформацию туристской сферы общественной жизни// Эволюция современной науки: сборник статей международной научно-практической конференции. – Уфа: Омега Сайнс, 2021. – С. 247–251.

4. Smith M.K. Issues in cultural tourism studies. – London: Routledge, 2016. – 288 p.

5. McCabe S., Johnson S. The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism // Annals of Tourism Research. – 2023.

6. Smith M.K., Diekmann A. Tourism and wellbeing // Annals of Tourism Research. – 2017.

Magsud Mammadov Saadi oghlu

Current Issues of Socio-Cultural Services and Tourism

Summary: The article considers the sphere of socio-cultural service and tourism as an important element of the socio-economic development of society. The article reveals the essence and structure of socio-cultural service, its role in the formation of a tourist product and the satisfaction of cultural, spiritual and recreational needs of the population. Special attention is paid to the relationship of tourism with cultural heritage, traditions and national identity, as well as the impact of the level of service on the competitiveness of tourist destinations.

Key words: socio-cultural service, tourism, quality of service, sustainable tourism, professional training, digitalization, infrastructure.

Максуд Мамедзаде Саади оглы

Актуальные проблемы социально-культурного сервиса и туризма

Резюме: В статье рассматривается сфера социокультурного сервиса и туризма как важный элемент социально-экономического развития общества. Раскрывается сущность и структура социокультурного сервиса, его роль в формировании туристского продукта и удовлетворении культурных, духовных и рекреационных потребностей населения. Особое внимание уделяется взаимосвязи туризма с культурным наследием, традициями и национальной идентичностью, а также влиянию уровня сервиса на конкурентоспособность туристских дестинаций.

Ключевые слова: социокультурное обслуживание, туризм, качество обслуживания, устойчивый туризм, цифровизация, инфраструктура.

Məqalənin redaksiyaya daxilolma tarixi: 01.12.2025

Rəyçilər: ADMİU-nun professoru, kulturologiya elmləri doktoru İlqar Hüseynov; ADMİU-nun dosenti, iqtisad elmləri doktoru Anar Əzizov