

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ (UNEC)
“BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ”

Əlyazması hüququnda

Magistr proqramının məzunu

Babazadə Jalə İlham qızı

“Azərbaycanda idman turizmi və onun inkişaf istiqamətləri”

mövzusunda

MAGİSTR DİSSERTASIYASI

İxtisasın şifri və adı:

060803 “ Turizm və otelçilik ”

İxtisaslaşma:

Turizm işi Qrup T - 301

Elmi rəhbər

Magistr proqramının rəhbəri

i. ü.f.d, b\m. Məmmədov E.Q.

dos. i.e.n. İsmayılzadə Ə.A.

Kafedra müdiri

prof. i.e.d. Kəlbəyev Y.A.

BAKİ 2018

Mündəricat

Giriş.....	3
 I Fəsil. İdman turizminin inkişafının elmi-nəzəri əsasları	
1.1. İdmanın Azərbaycan iqtisadiyyatında yeri və rolu.....	7
1.2. İdman turizmi anlayışı, onun mahiyyəti və xüsusiyyətləri.....	14
1.3.İdman turizminin inkişaf faktorları.....	24
 II Fəsil. Azərbaycanda idman turizminin inkişafının mövcud vəziyyətinin təhlili	
2.1. Azərbaycanda idman turizminin inkişaf imkanları.....	32
2.2. İdman turizminin inkişafında beynəlxalq təcrübə	42
2.3. İdman turizminin regional inkişafda rolunun qiymətləndirilməsi.....	46
 III Fəsil. İdman turizminin inkişafında dövlət siyasətinin əsas istiqamətləri	
3.1. İdman turizmi davamlı turizmin inkişaf faktorı kimi.....	54
3.2. İdman turizminin inkişafının stimullaşdırılması mexanizmləri.....	60
3.3. İdman turizminin inkişafında dövlətin rolunun artırılması mexanizmləri.....	66
 Nəticə və təkliflər.....	72
Ədəbiyyat siyahısı.....	74
Referat.....	79
Summary.....	82
Резюме.....	83

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı – Müasir dövrdə dinamik şəkildə inkişaf edən və dünya iqtisadiyyatına integrasiya edən turizm sisteminin qurulması hazırda Azərbaycanın sosial həyatının başlıca məsələlərindən biridir. Bu səbəbdən, ölkə iqtisadiyyatının investisiya həcmnin əsas hissəsini qeyri-neft sektoruna yönəltmək daha səmərəli hesab olunur. Azərbaycanda idman turizmi özünün yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Qeyri-neft sektorunun önəmli sahələrindən biri olan turizmin bu növü ölkə iqtisadiyyatının gəlirli sahələrindən hesab olunur.

İndiki şəraitdə ölkə daxilində turizmin daha da dinamik inkişafı üçün yeni dövlət proqramları hazırlanılır və layihələr tərtib edilir. Xarici turizm şirkətlərinin ölkəyə investisiya yatırması üçün beynəlxalq konfranslar təşkil edilir və Azərbaycanın turizm şirkətlərinin nümayəndələri xarici konfranslarda iştirak etmək üçün göndərilir.

Bir sıra mötəbər səviyyəli idman tədbirlərinin Azərbaycanda keçirilməsi, idman turizminin inkişafı üçün yatırılan investisiyalar, qəbul olunan dövlət proqramı ölkəyə idmanla bağlı daha çox turistlərin gəlməsinə səbəb olur. Gələn turistlərin ölkədən məmnun halda geri dönməsi və bir daha səyahət etməsi üçün mehmanxana sənayesinin də önə çəkilməsi əsas prioritetlərdən biridir. Təşkil olunan idman tədbirləri və idman oyunlarının keçirilməsi üçün inşa edilən müasir səviyyəli idman arenaları və stadionlar bir çox turistlərin və xarici turizm şirkətlərinin diqqətini özünə çəkmişdir. İqtisadiyyatın gənc sahəsi olan turizm önəmli bir qeyri-neft sektorudur.

İdman turizmi Bakı şəhəri ilə yanaşı regionlarda da inkişaf etdirilir. Regionlarda infrastruktur təminatının gücləndirilməsi, nəqliyat xidmətinin keyfiyyətinin artırılması, otel və mehmanxana şəbəkələrinin yaradılması idman turizminin inkişafına təkan verir. Əlverişli coğrafi şəraitə malik olan regionlarda turizm potensialı dəyərləndirilir. Yeni idman turizmi növlərinin təşkili üçün regionlardakı təbii-coğrafi resurslar dəyərləndirilir.

Azərbaycan Respublikasında idman fəaliyyətlərinin artırılmasına dəstək göstərmək üçün Milli Olimpiya Komitəsi təsis edilmişdir. Milli Olimpiya Komitəsi

ölkədə olimpiya hərəkətinə dəstək verir və idman tədbirlərinin təşkil edilməsinə rəhbərlik edir. Azərbaycan Respublikasında yeni otel və mehmanxana şəbəkələri, idman müəssisələri inşa edilir. Ölkəyə gələn idman turistlərini özünə cəlb edən faktorlardan biri də idman müəssisələridir. Qeyd olunan məsələlər Azərbaycanda idman turizminin inkişaf imkanlarının araşdırılmasını zəruri edir.

Problemin öyrənilmə səviyyəsi – Azərbaycanda idman turizminin inkişaf istiqamətlərini araşdırmaq üçün bir sıra alimlərin, eləcə də, Ə.Q. Əlirzayev, E.Q. Məmmədov, H.B.Soltanova, B.Ə.Bilalov, S.Yeganlı, İ.Hüseynov və Mustafa Yeşil, Özdemir Yavaş kimi bir sıra türk müəlliflərinin əsərlərindən istifadə edilmişdir.

Tədqiqatın məqsədi və vəzifələri – tədqiqatın mövzusunun məqsədi Azərbaycanda idman turizminin inkişafı üçün mövcud olan infrastrukturunu təhlil etmək, ölkədə təşkil olunan beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinin iqtisadiyyata olan təsirlərini təhlil etmək, otellərdə keyfiyyət standartlarını və qiymətləri, eləcə də, regionlarda idman turizminin mövcud potensialını araşdırmaqdır. Tədqiqatın vəzifələri aşağıdakılardır:

- ✓ İdman və turizm arasındakı əlaqələri təhlil etmək və beynəlxalq səviyyədə idman turizminin inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirmək;
- ✓ Regionlarda mövcud olan turizm resurslarından necə istifadə edildiyini araşdırmaq və idman turizminin regional inkişafda rolunun qiymətləndirmək;
- ✓ Azərbaycanda idman turizminin vəziyyətini təhlil etmək və yeni turistlərin və ziyarət edən turistlərin yenidən ölkəyə cəlb edilməsi üçün dövlət strategiyası analiz etmək;
- ✓ Turistləri əsasən nələr qane etməsi və hansı şəraitdən narazı qalmasını araşdırmaqdır;
- ✓ İdman tədbirlərinin Azərbaycanın turizm potensialına hansı dərəcədə təsir etməsini müəyyən etmək;
- ✓ Gələcəkdə daha çox idman turistini ölkəyə cəlb etmək üçün idman turizminin inkişafında dövlətin rolunun artırılması mexanizmlərini müəyyən etmək.

Tədqiqatın predmeti – Tədqiqatın predmentini Azərbaycanda idman turizminin inkişaf perspektivlərini müəyyənləşdirməkdir.

Tədqiqatın obyektı – Tədqiqatın obyektı isə Azərbaycanda yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoyan idman turizminin aparıcı sahə kimi formalaşdırılması, idman turizminin mövcud vəziyyəti və inkişaf istiqamətlərinin təhlili təşkil edir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi – Elmi yeniliyi aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

- İdman və turizm arasında əlaqələr və beynəlxalq səviyyədə idman turizminin inkişaf istiqamətlər təhlil edilmişdir.
- Azərbaycanın şəhər və bölgələrində idman turizminin inkişaf potensialı, mövcud problemləri araşdırılmışdır.
- Ölkədə təşkil olunan beynəlxalq idman tədbirlərinin və idman hadisələrinin idman turizminə təsirləri qiymətləndirilir.
- Regionlarda mövcud infrastruktur və turizm sənayesi təhlil edilir.
- Azərbaycan Respublikasında idman turizminin inkişaf etdirilməsi, daha çox turistinin ölkəyə cəlb edilməsi və yeni beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinin ölkədə təşkil edilməsi üçün nəzəri-praktiki əhəmiyyət kəsb edən təkliflər verilmişdir.

Tədqiqatın informasiya bazası – Turizm inkişaf konsepsiyası, turizm təşkilatlarının iş prinsipləri, turizm ilə bağlı dövlət statistikaları, dövlətin turizm strategiyası, turizm ilə bağlı yerli və xarici məqalələr, Dövlət Statistika Komitəsinin rəsmi statistik məlumatlarından istifadə olunmuşdur. Həmçinin Azərbaycanda təşkil olunan beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinin və konfranslarının materiallarından istifadə edilmişdir.

İşin strukturu və həcmi – əsasən Azərbaycanda mövcud olan idman turizmini və onun inkişaf istiqamətlərini təhlil etmək üçün qarşıya qoyulan məqsədlərə uyğun şəkildə formalaşdırmaqdır. Tədqiqat işi mövzu ilə bağlı hazırlanan girişdən, üç fəsildən və bu fəsillər daxilində bölmələrdən ibarətdir. Araşdırma aparılarkən, əsasən, ölkədə bu sahədə fəaliyyət göstərən yerli müəlliflərin əsərlərindən, eləcə də, türk və xarici tədqiqatçıların kitablarından və internet resurslarından istifadə edilmişdir. Tədqiqat işi ümumilikdə 76 səhifədən ibarətdir.

Dissertasiya işinin birinci fəslində idman turizminin inkişafının elmi-nəzəri əsasları ilə bağlıdır. Tədqiqat işinin birinci fəslində ümumilikdə idman və turizm anlayışlarını araşdırılmışdır. Onların bir-birilə olan tarixi əlaqəsini, idman turizminin ilkin yaranma mərhələlərini tədqiq edilmişdir. Beynəlxalq səviyyədə idman turizminin inkişaf mərhələləri təhlil edilmişdir. İdmanın turizminin mahiyyəti izah edilmiş, Azərbaycan iqtisadiyyatında qeyri-neft sektoru kimi idman turizminin payı haqqında məlumat verilmişdir. Bununla bərabər, neftin qiymətinin xarici bazarda sürətlə düşdüyü bir vaxtda qeyri-neft sektoru kimi idman turizminin inkişafı üçün dövlət strategiyaları və proqramları təhlil edilmişdir. Son illər ərzində idman turizminə daha çox maraq yaratmaq üçün hazırlanan layihələr nəzərdən keçirilmişdir.

Dissertasiya işinin ikinci fəslə Azərbaycanda idman turizminin inkişafının mövcud vəziyyətinin təhlil edilməsi ilə bağlıdır. Məlum olduğu kimi iqtisadiyyatın ən gəlirli sahələrindən biri olan idman turizmi daima bütün ölkələrin diqqət mərkəzində saxlanılır. Tədqiqat işinin birinci fəslində idman turizmi dünya və Azərbaycanda qarşılıqlı olaraq araşdırılmış və ümumi nəticələr əldə edilmişdir. Beynəlxalq səviyyədə idman turizminin inkişaf amilləri və bu günə kimi aparılan əhəmiyyətli strategiyalar nəzərdən keçirilmişdir. Azərbaycanda idman turizminin inkişafı üçün mövcud vəziyyət təhlil edilmiş və ölkənin turizm potensialı qiymətləndirilmişdir. Həmçinin, təkcə paytaxtda deyil, regionlarda da idman turizminin inkişaf amilləri tədqiq edilmişdir.

Dissertasiya işinin üçüncü fəslində Azərbaycanda idman turizminin inkişafı üçün həyata keçirilən dövlət strategiyaları təhlil edilmişdir. Araşdırmanın ümumi nəticəsi təhlil edilmiş və idman turizminin inkişafından dövlət mexanizmlərinin rolu araşdırılmışdır. Azərbaycanda idman turizminin inkişafının SWOT analizi aparılmışdır. Regionlarda idman turizminin inkişaf perspektivləri müəyyən edilmişdir.

Dissertasiya işinin sonunda tədqiqat nəticəsində əldə etdiyimiz nəticə və təkliflər və istifadə etdiyimiz ədəbiyyat siyahısı təqdim edilmişdir.

I FƏSİL. İDMAN TURİZMİNİN İNKİŞAFININ ELMİ-NƏZƏRİ ƏSASLARI

1.1 İdmanın Azərbaycan iqtisadiyyatında yeri və rolu

İdman müasir dövrdə insanların çətin şəraitdən, ətrafındakılardan uzaqlaşaraq müəyyən fəaliyyətlə məşğul olmaq istəyidir. İdmanın yaranması hələ insan cəmiyyətinin lap qədim dövrlərinə təsadüf edir. İdmanın tarixi inkişafı ilə bağlı olan mənbələrdə göstərilir ki, ilk idman fəaliyyətləri Misir və Babildə 5-6 min il əvvəl ortaya çıxmışdır. İdman artıq müasir həyatın hər anında qarşılaşdığımız bir anlayışdır. İdman dünyanın hər yerində, fərqli mədəniyyətlərdə və sosial həyatda orta hesabla 3 milyard insanın yeganə ortaq məxrəci olan bir fəaliyyət sahəsidir. İdman sağlamlıq və sağlam həyat tərzidir. Lakin bununla belə idman həmçinin iqtisadiyyatın əsas gəlir gətirən sahələrindən biridir. İdmanın iqtisadi qazanc və məşğulluqdakı payı idman təchizatları, idman malları, turizmdəki rolu və idman klubları ilə ölçülür. İdman ictimai bir qurum olaraq bu gün ən radikal, məşhur və geniş yayılmış fəaliyyət sahəsi və inkişaf vasitəsi olaraq ortaya çıxır [21, səh. 396].

İqtisadi cəhətdən az inkişaf etmiş dünya ölkələrində belə idman hadisələri və bunlarla əlaqəli istehlak malları iqtisadiyyatda əhəmiyyətli sektor halına gəlmişdir. Müasir dövrdə dövlətlər öz iqtisadiyyatlarını gücləndirmək və davamlı inkişaf halına gətirmək üçün idmanın üstünlüklərindən istifadə edirlər. 20-ci əsrə müqayisədə 21-ci əsrdə idman artıq daha geniş yayılmış və bütün cəmiyyətlərə və mədəniyyətlərə nüfuz etmişdir [28, səh. 11].

Dünya iqtisadiyyatında texnoloji yeniliklərlə yanaşı, əhəmiyyətli dəyişikliklər də baş vermişdir. İqtisadiyyatdakı inkişafın nəticəsində yaranan yeniliklər idman sektorunda əhəmiyyətli dəyişikliklərə gətirib çıxardı. İdman iqtisadiyyatdakı inkişafı yaxından izləməklə və onu yeni iqtisadiyyatın qaydalarına uyğun şəkildə formalaşdırmaqla tənzimləməlidir. Geniş əhali kütləsini iş ilə təmin etməklə yanaşı idman turizmi həmçinin ölkə iqtisadiyyatını da zənginləşdirir.

İdman insan ehtiyaclarını aradan qaldırmaq baxımından əhəmiyyətli bir amildir, həmçinin, bu gün idman iqtisadi cəhətdən də struktur quruluşa sahibdir. İdman sosial və iqtisadi xüsusiyyətləri ilə iqtisadi inkişafın ən əsas amillərindən birinə çevrilir. Cəmiyyətlər və dövlətlər idmandan iqtisadi cəhətdən faydalanmaq üçün istifadə etməyə çalışırlar və bu istiqamətdə bir çox fəaliyyətlər həyata keçirirlər. İdman xidmətləri; fərdi, institusional, təşkilati, idman iqtisadiyyatı şəklində müxtəlif xidmətlərin istehsalında və istehlakında mühüm amil kimi çıxış edir. İdmanın yayılması, populyarlığı və gələcək ölçüsü idman sosiologiyasının yeni bir sahəsinin həyata keçirilməsinin vacibliyini aydın şəkildə göstərir [30, səh. 66].

İdman sponsorlar, cəmiyyətlər və dövlətlər baxımından da əhəmiyyətlidir. Çünki indi idman bir təbliğat və reklam, həmçinin, prestijli və güclü pul qazanma vasitəsidir. Stadionda olan tamaşaçılar, televiziya, qəzet və jurnal sayəsində çox sayda oxucuya sahib olan idman sahələri digər idman məhsulları ilə tanış olmaq üçün ən əhəmiyyətli üsul hesab olunur. İdmanla əlaqəli sənaye sahələri (idman avadanlıqları, idman geyimləri, nəqliyyat vasitələri, ayaqqabı, ərzaq və s.) adi istehlak mallarına çevrilmişdir. Bu hadisə sənaye sahələri, istehsal və istehlak baxımından bir çox insan üçün olduqca önəmlidir [28, səh. 11].

İdman turizm sənayesini də aktivləşdirən bir sahədir. Əvvəllər adi, yoxsul və hətta cinayətkarlıqla dolu olan Atlanta şəhəri 1996-cı il Olimpiya Oyunlarından sonra dünyanın qabaqcıl şəhərlərindən biri kimi qəbul etmişdir. Olimpiya oyunlarının bu şəhərdə keçiriləcəyi məlum olduqdan sonra şəhərə gələn turistlərin sayı artdı. Yenə 1992-ci ildə Barselonada Olimpiya oyunları təşkil edildikdən sonra şəhər idman şəhəri kimi formalaşmağa başladı. Bundan başqa, şəhərdə olimpiya oyunlarının təşkil edilməsi üçün yeni idman binalarının tikintisi və avadanlıqların gətirilməsi səyahət edən turistlərin məmnunluq səviyyəsinin artmasına səbəb oldu [29, səh. 7].

İdman sənayesi idmanla bağlı olan bütün məhsul və xidmətləri özündə cəmləşdirir. İdman sənayesinə kommersial və korporativ müəssisələr, qeyri-kommersiya təşkilatları, idman assosiasiyaları, topdan və pərakəndə satış xidmətləri, dövlət təşkilatları və kiçik biznes müəssisələri daxildir. Ümumi olaraq, dövlətlər

idman sənayesi ilə birbaşa olaraq əlaqəli olmasalar da, idmanın inkişafı üçün investisiya vəsaiti ayırmağa maraqlı olurlar [32, səh. 20].

Əgər idman fəaliyyətləri azad qiymətləndirmə sektorunun alt bazarı kimi qəbul olunursa, burada idmanın kütləvi bir əmtəə və ya xidmət kimi bazara necə təqdim olunacağı sual kimi formalaşa bilər. Bu vəziyyətdə idman fəaliyyətində iştirak edənlərin iqtisadi önəmini nəzərə alaraq idman bazarında səmərəliliyi və bərabərliyi artırmaq üçün dövlət müdaxiləsi və ya tənzimlənməsi (və ya başqa sözlə makrosiyasət) qaçınılmazdır. Digər tərəfdən, əgər idman kommersiya fəaliyyəti sayılırsa istehlakçıların davranışları bu sahədə təhlil edilməlidir. Bu yanaşmada əsasən ənənəvi mikroiqtisadi üsul və prinsiplər istifadə olunur. İdmanın strateji marketinqi sinerjistikdir [34, səh. 16].

İdman bazarı idman və ya ictimai idman fəaliyyətində istifadə olunan idman mallarının (idman geyimləri, idman ayaqqabıları və idman malları) alt sektoru kimi də nəzərdən keçirilməlidir. Bu yanaşmada ənənəvi sektorun analizi ön plana çıxır. İdman hadisələrinin keçirildiyi zaman idman mallarına tələbat daha da artır. Bu baxımdan idman şirkətləri idman tədbirlərinin daha çox keçirildiyi ölkələrə investisiya yatırmağa meyilli olurlar. İdman tədbirlərinin daha çox Avropa ölkələrində keçirilməsi bu ölkələrə daha çox turist cəlb edir və investisiya yatırımlarına dəstək verir [31, səh. 117].

Bu baxımından idmanın ölkə iqtisadiyyatında sahib olduğu əhəmiyyətini nəzərə alaraq bu sahəyə investisiya yatırmaq çox önəmlidir. Ölkədə qeyri-neft sektorunun inkişafının əhəmiyyəti nəzərə alınsa idman və turizm sahələrinin inkişafı önə çəkilə bilər. İnsanların boş vaxtlarını səmərəli qiymətləndirmək və bu zaman da ölkə iqtisadiyyatını davamlı şəkildə formalaşdırmaq üçün idman turizmi struktur olaraq qiymətləndirilməlidir. Bir çox idman fəaliyyəti, maddi və ya xidmət xüsusiyyətləri baxımından iqtisadiyyatla əlaqəlidir. İdman qurğuları, idman nəşrləri, idman avadanlıqları, idman turizmi, idman növləri kimi bir çox sahələr idman və iqtisadiyyatı birləşdirir [29, səh. 7-8].

İdman xidmətləri bir çox ölkələrdə ictimai xidmət kimi sayılır. Şübhəsiz ki, təhsil, səhiyyə, təhlükəsizlik kimi dövlətin öhdəsində olduğu vəzifələr daima dəyişir. Bir çox sahələrdə olduğu kimi idman sahəsində də olan bu dəyişikliklər ölkənin qəbul etdiyi siyasi və iqtisadi sistemlərə, eləcə də insanların yeni ehtiyaclarına paralel olaraq həyata keçirilə bilər. Təbii ki, müasir dünyada baş verən bir çox iqtisadi, siyasi və sosial dəyişikliklər özünü idman sahəsində də göstərir.

İdman turizmində iştirak edənlər aktiv və ya passiv idman fəaliyyətlərinə qatılırlar. Son illərdə qadınların və yaşlı əhali təbəqəsinin də idmana marağı artmışdır. İdman fəaliyyətlərində iştirak edənlər ölkəyə təkcə maddi vəsait qazandırır, bu həm də ölkəyə yeni fikir və düşüncələrin gətirilməsini də formalaşdırır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının statistikasına əsasən 2015-ci ildə idman ticarətinin inkişafı digər illərə nisbətən daha da sürətlənmişdir [16, səh. 163].

Bu gün idman həm boş vaxtın səmərəli keçirilməsi, həm də sosial sağlamlığın qorunması ilə bağlı olaraq mühüm bir xidmət sektoru sayılır. Bir tərəfdən idmanın davamlı olaraq mediada, KİV-də geniş reklam olunması onu əyləncə fəaliyyətinə çevirmiş, digər tərəfdən də iqtisadi cəhətdən yüksək gəlir gətirən bir sahə kimi daima cəlbedici etmişdir. İdmanın idarəedilməsi, idman iqtisadiyyatının sahələrində xidmət istehsalının ölçüsü, eləcə də, əmtəə və idman mallarının istehsalı və istehlakı tədqiqat mövzudur.

Müasir dövrdə idman təşkilatlarının mübarizəsində rəqabət şərtlərinin çətinləşməsi və bununla birlikdə istehlakçıların ehtiyaclarının dəyişməsi kimi amillər idman xidmətləri sektorunda ən ideal şəkildə fəaliyyət göstərməyin vacibliyini göstərir. Bu vəziyyəti başqa bir tərəfdən tədqiq etsək görürük ki, Dünya bankının 132 ölkə arasında etdiyi araşdırmada rifah sırasında qabaqda olan və iqtisadi baxımdan inkişaf etmiş ölkələrdə xidmət sektorunda fəaliyyət göstərənlərin ümumi işçi sayına nisbəti 55-75% arasındadır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının verdiyi məlumata görə 2013-cü ildə turizmin dünya üzrə gəlir göstəricisi 1159 milyard dollar hesablanmışdır [14, səh. 21].

İdman xidmətlərinin özünəməxsus özəllikləri də vardır. Bunlar aşağıdakılardır [29, səh. 36-37]:

- İdman xidmətlərinin fiziki şəxslərdən asılı olmaması;
- İdman xidmətlərinin eyni zamanda istehsalı və istehlakı;
- İdman xidmətlərinin dayanıqsız olması və depolanmaması;
- İdman xidmətini göstərən şəxsin göstərdiyi xidmətin "məhsul" kimi qəbul edilməməsi;
- İdman xidmətlərinin göstərildiyi məkana çatmaq üçün nəqliyyatdan istifadənin rahatlığı;
- İstehlakçının idman xidmətinin istehlak vaxtını özü seçə bilməsi.

21-ci əsrdə yaşadığımız dünyada müxtəlif sosial, siyasi və iqtisadi təşkilatlar yarandı, müxtəlif idman tədbirləri və oyunları keçirildi. Bunlara misal olaraq Olimpiya oyunlarını, Dünya və Avropa çempionatlarını və müxtəlif səpkili digər idman yarışlarını misal göstərmək olar. Bütün bunlar idmanın inkişafına daha da təkan yaratdı. Dinindən, irqindən, yaşından, cinsindən asılı olmayaraq bütün insanların bir araya gəlməsinə səbəb olan öz iqtisadi təsirlərinə görə də bütün dünya ölkələrinin daima diqqət mərkəzində olmuşdur.

Bu gün tibb, fizika, biologiya, riyaziyyat, psixologiya, sosiologiya və idman materialları sənayesi texnoloji inkişafı paralel olaraq idman sənayesi və idmanın bilavasitə özü ilə əlaqə saxlayır. Vizual informasiya vasitələri, peyklər, televiziya, radio, mətbuat, qəzet və jurnallar idman vasitəsilə cəmiyyətə məlumat ötürürlər. Məşhur komandaların sponsorları adətən böyük şirkətlər və müəssisələr olurlar. Böyük firma və şirkətlər Olimpiyada oyunları, Dünya və Avropa çempionatlarında müxtəlif klublara və komandalara sponsorluq edərək və oyunların keçirilməsinə maliyyə dəstəyi göstərərək özlərini reklam edirlər. Şirkətlər bununla cəmiyyət arasında daha çox tanınaraq öz gəlirlərinin artırılmasına nail olurlar [17, səh. 5].

İnsanların nə səbəbə idmana üstünlük verməsi daima bir sıra tədqiqatların əsas mövzusu olmuşdur. Buraya bir çox ərtəf-mühit amilləri, eləcə də sosial və iqtisadi səbəblər də daxildir. İnsanların sosiallaşmağa olan meyli onları daima idmana cəlb

etmişdir. İdman insanların özünə inamını daha da artırır, onların öyrənmə, dərkətmə, sağlam rəqabət bacarıqlarını formalaşdırır. Xüsusilə idmanın inkişaf etmiş ölkələrdə bir sənaye sahəsi kimi olaraq qəbul edilməsi idman marketinqi anlayışını formalaşdırmışdır. 1970-1980-ci illərdə sosial hərəkətlərlə əlaqədar (sülh hərəkəti, ekologiya hərəkəti, qadın hüquqları hərəkəti) idmanın ekologiyaya olan təsiri ən mühüm problemlərdən biri kimi qeydə alındı. 1980-ci ildən sonra tur operatorlar tətillərinə macəra turizminə də əlavə etməyə başladılar. 1990-cı ildən sonra qolf oyunlarına marağın artması ilə idman turizmi daha da populyarlaşdı. Beləcə, idman sənayesi formalaşmağa başladı və kütləvi informasiya vasitələrində idmanın təbliği gücləndi [34, səh. 66].

İdman marketinqi istehlakçılara fitnes, istirahət, sağlamlıq və bunlarla əlaqəli məhsul, xidmətlər və ideyalar təqdim edən bir bazardır. Üzərində idman komandalarının adı olan şapkalara, geyimlərin, sumkaların və ayaqqabıların satışı müasir dövrdə daha da sürətlənmişdir. Buna səbəb günü-gündən idmana olan marağın artmasıdır [27, səh. 29-30].

Bu gün Azərbaycanda əsasən qeyri-neft sektorunun önə çəkilməsi ilə idmana olan diqqət və qayğı daha da artır. Qeyri-neft sektorları arasında daha geniş yayılanı və populyarı olan idman ölkəmizin iqtisadiyyatında aparıcı amildir. Daima təşkil olunan idman tədbirləri, idman yarışları buraya daha çox turistlərin gəlməsinə şərait yaradır. Beləcə idman turizmi anlayışı formalaşmağa başlayır. İdman tədbirləri nəticəsində ölkəmizə gələn turistlər Azərbaycanın zəngin təbiətini, səfalı guşələrini, infrastrukturunu, qədimliyin və müasirliyin kəsişməsi olan paytaxtını gördükdən sonra bir daha buraya qayıtmağı qərara alırlar. Həmçinin, ölkədə inşa edilən müasir idman arenaları, yarış meydançıları, idman və fitnes klubları və idman zalları ölkə əhalisinin də idman fəaliyyətlərindən rahat şəkildə istifadə etməsinə şərait yaradır.

Dövlətimiz artıq 1991-ci ildə öz müstəqilliyini yenidən əldə etdikdən sonra iqtisadiyyatını daha da inkişaf etdirmək və müstəqil ölkə iqtisadiyyatına nail olmaq üçün yeni fəaliyyət istiqamətlərini müəyyənləşdirdi. Bu ildə Azərbaycandan xarici dövlətlərə 230 mindən çox turist səfər etmişdir. Siyasətin ən aparıcı qolları bazar

iqtisadiyyatına tam keçid, dünyanın güclü iqtisadiyyatına keçid və müsqətil iqtisadi sistemi qurmaqdır [12, səh. 20].

Müstəqil Azərbaycanın əldə etdiyi iqtisadi inkişafı iki mərhələyə bölmək olar. Birincisi, əsasən, 1991-1995-ci illərdə mövcud olan iqtisadi xaos dövrü. İkincisi isə, 1996-cı ildən sonrakı makroiqtisadi sabitlik və bunun nəticəsində dinamik iqtisadi inkişaf dövrü. Azərbaycanın müstəqilliyinin bərpasından çox qısa dövr ərzində ölkənin ümummilli lideri Heydər Əliyevin həyata keçirdiyi yekdil siyasət nəticəsində ölkə iqtisadiyyatının sosial inkişafı və dünya iqtisadiyyatına inteqrasiya mərhələsində çox önəmli nailiyyətlər qazanılmışdır [1].

Ölkədə keçən 8 il ərzində aparıcı yeri neft sektoru tutsa da, son illərdə dünya bazarında neftin qiymətinin sürətlə aşağı düşməsi bir daha onu göstərdi ki, qeyri-neft sektorunun inkişafı önə çəkilməlidir. Rəsmi göstəricilərə əsasən 8 il ərzində Azərbaycanda qeyri-neft sektorunun artımı 2.2 dəfədən artıq olub. Qeyri-neft sektorunun önəmli sahələrindən biri də turizmdir. Bu zaman Azərbaycanda gənclərin idmana marağının artırılması üçün gənclər üçün müxtəlif həvəsləndirici və peşəkar idman yarışları təşkil edildi. Bu yarışlara xaricdən də iştirakçıların qatılması xarici turistlərin Azərbaycana marağını daha da artırdı. Gələn turistlər üçün Bakıya və eləcə də, respublikamızın digər bölgə və rayonlarına turların təşkil olunması bölgələrin də turizm potensialını artırılmasına və yeni infrastrukturun qurulması şərait yaratdı. Beləcə, idman Azərbaycan iqtisadiyyatında önəmli bir səhifə açdı [2].

Dövlətimizin başçısı idmanın daha da geniş şəkildə inkişafı üçün yeni dövlət strategiyalarını işləyib hazırlayır. Yaxın illərdə idman Azərbaycan iqtisadiyyatında qeyri-neft sektorunun sahələri içərisində aparıcı mövqe tutacaqdır. Bu sahədə yeni dövlət proqramları tərtib edilir və bir sıra islahatlar həyata keçirilir. 2017-ci ildə Ümum Daxili Məhsulun qeyri-neft sektoru real ifadədə 2.7 faiz çoxalmışdır. 2017-ci ildə 2016-cı illə müqayisədə qeyri-neft sənayesi 3.8 %, turist yerləşdirilməsi və ictimai iaşə sahəsi 5.9 %, ticarət sahəsi 2.5 %, kənd təsərrüfatı 4.2 %, nəqliyyat və anbar təsərrüfatı 8.5 %, rabitə sahəsi isə 6.6 % artmışdır. Əvvəlki illərlə müqayisədə

ötən illərdə həyata keçirilən idman tədbirləri və yerli idmançıların xarici mübarizələrə qatılmaq üçün ölkədən kənara səyahət etmələri buna bariz nümunədir [3].

Azərbaycanda son illər yeni idman növlərinin inkişafına da dəstək göstərilir. Belə ki, ölkə ərazisində ənənəvi idman növləri ilə birgə ekstremal idman növlərinin inkişafı da nəzərdə tutulur. Bu kimi idman növləri dünya miqyasında daha çox tanınır və turistlər və idman həvəskarları tərəfindən daha çox sevilir. Ekstremal idman növlərinin inkişafı ölkəyə yeni turistlərin cəlb edilməsini təmin edəcəkdir. Bölgələrimizdə ekstremal idman növlərinin inkişafı üçün əlverişli şərait mövcuddur. Turistlərin bu fəaliyyətlərə qatılmaq üçün bölgələrə səfər etməsi ərazinin infrastrukturuna da müsbət təsir göstərəcək. Həmçinin, oradakı yerləşdirmə, qida və nəqliyyat sənayesinin irəliləməsinə töhfələr verəcəkdir [10, səh. 121].

Ümumilikdə idman Azərbaycan iqtisadiyyatının əsas hərəkətverici qüvvəsi kimi formalaşmışdır. Təşkil olunan idman tədbirləri ölkəyə investisiya və valyuta axınını sürətləndirir. Xarici turizm firmaları Azərbaycanda fəaliyyət göstərməyə daha çox maraq göstərirlər. Artıq bir neçə ildən sonra bölgələrdə də idman tədbirlərinin keçirilməsi üçün şərait yaranacaq. Bunun üçün mövcud infrastrukturun yenidən bərpaasına yönələn bir sıra dövlət proqramları və strategiyaları hazırlanır. Bakının idman şəhəri kimi formalaşması üçün xaricdən gələn turistlər üçün yeni turist layihələrinin hazırlanması labüddür [8, səh. 5].

1.2 İdman turizmi anlayışı, onun mahiyyəti və xüsusiyyətləri

Turizm (fransız sözüdür və səfər və səyahət gəzintisi mənasına gəlir) cəmiyyətin inkişafı ilə birgə yaranaraq, istirahət tələbini təmin etmək və əmtəə, xidmət ehtiyacını ödəməklə genişlənən tələbat növünə daxildir [6, səh. 18].

Turizm fəaliyyətinin tanınmasında onun dinamik ünsürü olan səyahət faktoru önəmli yer tutur. Lakin bütün növ səyahətlər turizm səyahətləri adlanmır. Turizmin olan qatılan fərdlərin sayına, turizm ilə məşğul olanların məqsədlərinə, iştirak dövrünə, iştirakçıların sosial-iqtisadi vəziyyətinə, iştirakçıların yaşlarına, səyahət

edilən yerlərə görə müxtəlif şəkildə qruplaşdırılır. Turizmin əsas növlərinə səyahət turizmi, idman turizmi, konfrans turizmi və s. daxildir [5, səh. 193].

İdman turizmi idman fəaliyyətlərində iştirak etmək, idman tədbirlərinə azarkeş kimi qatılmaq və ya idman hadisələrinin təşkil edildiyi tarixi abidələri ziyarət etmək üçün həyata keçirilən turizm növüdür. Son illərdə daha çox populyarlıq qazanmışdır. İdman fəaliyyətinə qatılan insanlar həm fiziki cəhətdən sağlamlılıqlarını qoruyurlar, həm də aktiv fəaliyyətdən zövq alırlar. Həmçinin, idman insanlara qarşılarına qoyduqları məqsədlərinə çatmaq üçün əzmlə mübarizə aparmağın yollarını dərk etdirir [29, səh. 34].

İdman və turizm arasında ilk əlaqələr 19-cu əsrin əvvəllərində İngiltərədə idman yarışları ilə meydana gəldi. Standeven qeyd edir ki, idman ilə turizm arasında ilk əlaqələr 1827-ci ildə yaranmışdır. Lakin bu özü də kifayət qədər mübahisəlidir. Piqasso idman ilə turizm arasında əlaqələrin 19-cu əsrdə alpinizm qış idman növünün yaranması ilə mövcud olduğunu bildirir, lakin belə hesab edir ki, idman turizmi bir turizm növü kimi 1950-ci illərdən sonra formalaşmışdır [34, səh. 17].

Lakin beynəlxalq səviyyədə idman və turizm arasında əlaqələrin 1971-ci ildə İdman, Elm və Fiziki Təhsil üzrə Beynəlxalq Şuranın sessiyaları ərzində yarandığı qəbul edilir. 1990-cı illərdə idman və turizm arasındakı əlaqənin miqyası dramatik şəkildə daha da artmışdır. 1980-ci illərdə Avropada əhalinin turizm səyahəti zamanı idmana verdiyi üstünlük araşdırılmış, 1990-cı illərin ortalarından sonra Yaponiya, Şimali Amerika, Avstraliya və Yeni Zelandiyada elm adamları tərəfindən idman səyahətləri təhlil edilməyə başlanmışdır. 1993-cü ildən bəri Kanadada fərdi təşkilat olan İdman Turizmi Beynəlxalq Şurası tərəfindən “İdman turizmi” jurnalı dərc edilir. İdman və turizm arasında əlaqə idman turizmi anlayışını ortaya çıxarıb. Beynəlxalq səviyyəli yarışlar, Olimpiya oyunları, FIFA Dünya Kuboku oyunları, Avropa çempionatları turist kütlələrini özünə cəlb edir [16, səh. 159].

İdman bu gün dünyanın ən çox maraq göstərilən sahələrindən biridir. İdmana marağın belə sürətlə artmasının əsas səbəbi onun azad rəqabət və mübarizə şəraitində həyata keçirilməsi və dünyada sülhün və bərabərliyin carçısı olmasıdır. İdman

sahələrinin inkişaf etməsi nəticəsində idman səyahətləri edənlərin sayı da artır. Beləcə idman turizmi anlayışı yarandı. İdman turizmindən sadəcə idmançılar deyil, həmçinin, idman yarışlarında azarkeşlik edənlər və idmançı heyəti də istifadə edir.

Statistik göstəricilərə əsasən idman turizminə üstünlük verənlərin yaş qrupu 18-34 yaş arasında dəyişir və qatılanların əksəriyyəti orta gəlir qrupuna daxil olan insanlardır. İdman dünya üzrə fərqli mədəniyyətlərdən və cəmiyyətlərdən olan 3 milyard insanı bir araya gətirmək özəlliyinə sahibdir. Bu da onu turizmin digər fəaliyyət sahələrindən fərqləndirir [4].

İdmanın insanlara olan faydaları içərisində sadəcə onun sağlamlığa olan müsbət tərəfləri vurğulamaq düzgün olmazdı. İdman həmçinin iqtisadi cəhətdən də dövlətlərin inkişafına zəmin yaradır. Çünki artıq idman öz gücünü göstərmə, reklam etmə və gəlir gətirmək xüsusiyyətlərinə sahibdir. Stadionlarında olan reklam afişaları ora gələn turistlərə həmin məhsulları reklam edir. İdmanın böyük istehlakçı kütləsi vardır. İdman məhsullarının satılması ənənəsi xüsusən 1960-cı illərdən sonra geniş yayılmışdır və inkişaf etmişdir. Bundan sonra idman turizmi iqtisadiyyatın əhəmiyyətli və prestijli sahəsi olaraq formalaşmışdır [23, səh. 457].

İdman turizmi idmanla əlaqəli fəaliyyətlərdə iştirak etmək və ya görmək üçün səyahət edilməsidir. Ümumi olaraq, idman turizminin üç növü var: İdman tədbirləri turizmi, aktiv idman turizmi və nostalji idman turizmi [29, səh. 38-39].

İdman tədbirləri turizminə Olimpiya oyunlarında və Dünya çempionatlarında keçirilən idman tədbirləri daxildir. Olimpiya oyunlarının keçirildiyi şəhərlər dünyanın iqtisadi cəhətdən ən inkişaf etmiş şəhərləridir. Müasir Olimpiya oyunları 1896-cı ilin yayından başlamışdır. Atlantada 1994-cü ildə keçirilən Dünya Kuboku çempionatı və 1996-cı ildə təşkil edilən Olimpiya oyunları hər ikisi də turistləri cəlb edən yarışlar kimi təbliğ edilmişdir. Bu oyunların keçirilməsi nəticəsində Atlantaya gələn turist sayı artdı və turistik destinasiya kimi formalaşdı. 1994-cü ildə keçirilən Dünya Kuboku çempionatında ABŞ-a 50 milyon xarici ziyarətçi gələcəyi təxmin edildi və bu ziyarətçilər təxminən 100 milyard ABŞ dolları xərclədilər [18, səh. 23-24].

İdman tədbirlərinə qatılmaq üçün səyahət edənlər fəal idman turizmi kateqoriyasını təşkil edirlər. Bu iştirakçılar müxtəlif idman tədbirlərində müxtəlif şəkildə iştirak edə bilirlər. Qolf, kayaking, tennis, balıqçılıq, qarla mobilizasiya və sörfinq insanları bir-birinə daha da yaxınlaşdırdı və idman turizminin iştirakçılarını “Aktiv iştirak edənlər” və “Hobbistlər” kateqoriyasına böldü. Aktiv idman iştirakçıları seçdikləri idman növlərində həvəskar olaraq iştirak edənlərdir. Hobbistlər isə idman səyahətlərində sadəcə zövq almaq üçün iştirak edirlər [32, səh. 16].

Nostalji idman turizminə idmanla bağlı məşhur yerləri görmək üçün edilən səyahətlər daxildir. Bu səyahətlərdə idman tədbirlərinin keçirildiyi qədim binalar ziyarət edilir və ya müəyyən idmançıların ev muzeyləri ziyarət edilir. Ümumilikdə idmanın tarixi ilə maraqlananların üstünlük verdiyi səyahət növüdür. Respublika ərazisində bu kimi səyahətlər əsasən Bakı, Naxçıvan, Qəbələ və Gəncə zonasında həyata keçirilir. Bakıda nostalji idman turizminin keçirilməsi üçün daha əlverişli infrastruktur mövcuddur. Belə ki, son illərdə Avropa oyunlarının, Formula 1 Grand Prix və İslam oyunlarının keçirilməsi ilə əlaqədar olaraq şəhərin müxtəlif məkanlarında möhtəşəm idman binaları tikilmişdir. Nostalji idman turizminə iştirak edən turistləri ölkəyə daha çox cəlb etmək üçün idman tədbirlərinin keçirildiyi qədim və müasir binalara ənənəvi turlar təşkil edilə bilər [29, səh. 56].

İdman turizmi idman sahəsində iştirak məqsədilə insanlara turist fəaliyyəti təklif edir. Buraya insanların həm aktiv, həm də passiv iştirakı daxildir. Turizmdə idman isə turizmdən istifadə edən şəxslərin sağlan həyat vərdişlərini təmin etmək məqsədlərini həyata keçirir. İdman öz təsirləri ilə turistlərə idmanın fərdi və sosial faydalarını verməklə onlara daha zəngin və xoşbəxt mühit bəxş edir. İdman turizmində qadınlar kişilərdən daha az iştirak edir və idmançı və ya xanımlar tamaşaçı kimi, xüsusilə, kişiləri təmsil edən idman fəaliyyətləri seçmirlər [28, səh. 9].

Turizm sənayesində təqdim olunan məhsulların xidmət məhsulları olması, stoklana bilməməsi, dayanıqsız olması və istehlakçının məhsulu birbaşa ala bilməməsi kimi ümumi xüsusiyyətlər turizmin müxtəlif növlərinə də aiddir. İdman turizmində turizmin ümumi növlərindən fərqli olan bir sıra xüsusiyyətlər mövcuddur.

Məsələn, turizmdə əsasən təbii ehtiyaclardan istifadə olunarkən idman turizmində xüsusi obyektlər və idman sahələrindən istifadə olunur [14, səh. 22].

İdman turizminin ümumi xüsusiyyətləri aşağıdakılardır [29, səh. 52-53]:

- Hadisənin baş verdiyə məkana səyahət etmə. İdman hadisələrinin baş verdiyi yer idman turistlərini həmin yerə cəlb edir;
- Əsas idman məhsuluna nəzarət etmək marketoloqun əlində deyil. İdman fəaliyyəti ayrılmaz məhsuldur və heç bir qrup bu məhsulu tək halda idarə edə bilməz;
- İdman hadisələrinin nəticəsi əvvəlcədən məlum olmur. Buna görə də idman həvəskarları daima nəticələri həvəslə gözləyirlər;
- İstehsal və istehlakın eyni zamanda həyata keçirilməsi və idman xidmətinin qeyri-sabit olması. İdman hadisəsi həyata keçdiyi vaxtda izlənilməli, idarə olunmalı və oynanmalıdır;
- Əyləncəli olması. İdman tədbirlərinə daha çox əyləncə məqsədləri üçün qoşulurlar. Bu növ turizmə cəlb oluna şəxslər öz vaxtlarını əyləncəli tədbirlərə sərf edirlər;
- Mövsümlə əlaqədar olması. İdman turizminin özünəməxsus xüsusiyyətlərindən biri də onun mövsümü xarakter daşmasıdır;
- İdman turizminin həyata keçirilməsi üçün xüsusi məkana ehtiyac olur. İdman tədbirləri ilə əlaqədar olaraq idman turizmini həyata keçirmək üçün xüsusi stadionlar, idman arenaları, idman zalları və xüsusi idman ləvazimatları lazımdır. İdman turizmində azarkeş kimi iştirak etmək. İdman turizmində iştirak edənlər əsasən hər hansısa bir klubun və ya komandanın azarkeşləri var və öz komandalarını dəstəkləmək üçün idman tədbirlərinə qatılırlar.

İdman turizminin müsbət tərəfləri daha çox olduğundan əksər dünya ölkələrinin daima böyük marağına səbəb olur. Məlumdur ki, bir ölkənin güclü iqtisadiyyatının olması onun davamlı inkişafının təməlidir. İdman kimi aktual bir sahənin ölkədə tətbiqi iqtisadiyyatın daha da böyüməsinə gətirib çıxaracaqdır. İdman turizminin xüsusiyyətlərindən biri onun ölkəyə çoxlu sayda yeni turist gətirməsi ilə yanaşı, ölkə

vətəndaşlarını da idmana həvəsləndirməsidir. İdman yarışlarının daima keçirildiyi ölkələrdə idman fəaliyyətlərinə maraq daha da böyüyür.

İdman turizminin iqtisadi təsirlərinə daxildir: Regiona qoyulan investisiyaların artırılması, ölkəyə xarici valyutanın daxil edilməsi, məşğulluğu artırır, yeni iş yerlərinin açılmasına gətirib çıxarır. İdman turizminin iştirak etdiyi ölkələrdə idmançı, menecer, tamaşaçı və vəzifəli şəxs kimi fəaliyyət göstərənlərin xərclədiyi xərclər idman turizminin iqtisadi təsiridir. İdman turizmi milyardlarla dollarlıq iş həcminə malik olaraq səyahət və turizm dünyasının ən sürətlə inkişaf edən sahələrindən biridir və dünya miqyasında həcmi 4.5 trilyon dollardır. İdman turizmi səyahət edənləri, tamaşaçıları, siyasi maraqları, investisiyaları və medianı özünə cəlb edən çox böyük bir beynəlxalq sektordur [14, səh. 23].

İdman turizminin həyata keçirildiyi ölkələrdə müsbət və mənfi tərəfləri var. Lakin daha çox müsbət təsirləri olduğu üçün idman bazarı günü-gündən böyüyür. Rossun məlumatlarına görə idman turizminin ölkə iqtisadiyyatına təsirləri aşağıdakılardır [22, səh. 45-46]:

- Turizm sektorunda investisiya imkanları yaradır, turizmin artımına kömək edir;
- Pərakəndə satış müəssisələri, ərzaq və içki sənayesi və otel müəssisələrinə tələb artır və iqtisadi inkişaf tənzimlənir;
- İdman tədbirlərinin təşkil olunduğu ölkənin və ya şəhərin imicini gücləndirir, yeni məhsullar və ya yeni idman sahələri yaradır;
- İdman avadanlıqlarının tam şəkildə istifadəsini təmin edir, ictimai dəstək əlaqələrini gücləndirir və gənclər üçün yeni imkanlar yaradır;
- Daha çox turist gəlməsinə və gələn turistlərin yenidən ölkəyə qayıtmasına şərait yaradır, həmçinin, cəmiyyətin idmana olan maraq və dəstəyini artırır
- İnfrastruktur çatışmazlıqlarının aradan qaldırılması və infrastrukturun yaxşılaşdırılması, yeni yaradılmış idman obyektlərinin idarə edilməsi üçün maliyyə əsasını təmin edir.

İdman Səyahəti jurnalının 1999-cu ildəki sayında qeyd olunur ki, idman turizmi 118.3 milyard ABŞ dollarına sahibdir. İdman yarışları keçirildiyi zaman ölkənin

müxtəlif bölgələrinə təşkil edilən idman turları sahə təliminin və digər adaptiv formaların birləşməsidir. Turistlər üçün dağlara, çaylara, göllərə, dənizlərə və ya digər təbii və insan əməyi ilə yaradılan resurslara baxmaq təşkil oluna bilər. Müəyyən ərazilərə təşkil olunmuş idman turları əsasən su sahələrində və eləcə də dağlıq ərazilərdə həyata keçirilir. İdman təkcə fiziki fəaliyyət deyil, həm də sosiallaşma və toplaşma prosesidir. İdman yarışlarıq aydalar əsasında təşkil edilir [24, səh. 4].

Bir marketing anlayışı olan idman turizmi bazarı turizm bazarında əhəmiyyətli dərəcədə payı olan və özündə idmançıları, idman həvəskarlarını və digər idman iştirakçıları birləşdirən bazardır. Buna görə də, idman turizmi bazarının tələbləri aşağıdakı kateqoriyalara aid edilə bilər [29, səh. 36-37]:

- İdman turizminə olan tələbin bütövlüyü: İdman turizmində tələbin bütövlüyü idmanın tamlığı ilə bağlıdır, idman turistləri turizm məhsul və xidmətlərini tələb edirlər;
- İdman turizmində tələbin həssaslığı: İdman turizmində tələb sosial, siyasi dəyişikliklərə qarşı olduqca həssasdır;
- İdman turizmində tələbin istiqamətləndirici olması: Yəni idman turistləri öz idman ehtiyaclarını qarşılamaq üçün öz yaşayış evlərini tərk etməlidirlər. İkincisi isə idman turistləri öz maraqlarına və üstünlüklərinə uyğun idman sahəsini seçirlər;
- İdman turizmində tələbin elastikliyi: İdman turizmində tələb olduqca yüksəkdir. İdman turizmində tələbə səyahət qiymətləri təsir göstərir. Burada elastiklik qiymətlərin dəyişməsinə təcəssüm etdirir. Əksər insanlar üçün idman turizmi hələ də cazibədar olaraq qalır;
- İdman turizmində tələbin dəyişkənliyi: Adətən insanlar böyük həvəslə və coşquyla idman yarışlarını izləmək üçün ev sahibi edən ölkələrə və şəhərlərə səyahət edirlər;
- İdman turizmində tələbdə mövsümlük: İdman turizmində tələbin mövsümi olması idman növlərindən asılıdır. Məsələn, qış idman turizm növləri əsasən

qış aylarında keçirildiyindən tələbat əsasən qışda olar. Yayda isə fərqli idman turizm növlərinə tələbat artır.

İdman və siyasət beynəlxalq birliklərin qurulduğu tarixdən bu yana həmişə bir-birindən uzaq tutulması lazım olan anlayışlar olaraq görülməsinə baxmayaraq bir çox ölkələrdə daxili siyasətdə əsas yer tutur. Bəzi ölkələrdə siyasi hadisələr birbaşa olaraq idman tədbirləri vasitəsilə həyata keçirilir. İdman müəssisələrinin yaradılması üçün sosial təzyiqlər olur və bu məsələlərə diqqət yetirməyənlərin yenidən təyin edilməsinin qarşısını almaq üçün təbliğat aparılır. Olimpiya oyunları və Dünya kubokları kimi idman hadisələri özü belə bir sıra siyasi fəaliyyətlərin təsir dairəsində olur [23, səh. 459].

Turizmin mövcud olduğu bölgələrdə turistlərin əlverişsiz davranışları olduğu halda yerli xalqın narahatlığı və reaksiyası özünü göstərir. Məsələn, ingilis xuliqanlarının qruplarını dəstəkləmək, idman tədbirləri izləmək üçün getdikləri ölkələrdə hadisələrə səbəb olmaq və o ana qədər sakit həyat yaşayan yerli xalqa mənfi təsir göstərmək bunlara nümunədir [25, səh. 5].

Tur təşkil edən səlahiyyətli şəxslər komandaları dəstəkləmək üçün bölgəyə səyahət edən turistlərin davranışlarını, təcrübələrini və motivasiyalarını nəzarətdə saxlamalıdırlar. İdman komandalarını dəstəkləməyə gələn azarkeşlər bölgəyə ciddi ziyan da vura bilərlər. İdman tədbirlərini təşkil edən ölkələrin və şəhərlərin imicləri dəyişir. Sosial dəyişiklik, cəmiyyətdə inteqrasiya və ölkənin ictimai könüllülük hissi idman hadisələrinin sosial faydalarından biridir [24, səh. 6].

Müəyyən bir idman komandasına azarkeşlik edənlər adətən bu qrupa qarşı sadıqlıq hissi duyurlar və hər zaman bu komandanı dəstəkləmək üçün dünyanın hər yerini belə getməyi göz önünə alırlar. Bundan əlavə idman səyahətlərində əsas məqsəd idman hadisələrini izləmək olsa da, bu zaman müxtəlif ölkələrin mədəniyyətləri bir-birilə təmas edir və təsir göstərir. İdman turizminin sosial-mədəni təsirlərinə baxdıqda yalnız müsbət deyil, həmçinin, mənfi tərəflərini də görürük. Bəzən idman yarışlarında uduzan tərəfin azarkeşləri xoşagəlməz hadisələrə səbəb olurlar [14, səh. 23].

İdman turizmi ətraf mühitə də müsbət və ya mənfi təsirlər göstərir. Bəzən idman tədbirləri və ya yarışları zamanı gələn turistlər ətraf mühitə zərbə vurur, zibilləri ətrafa atırlar. Bu isə həmin idman tədbirinin keçirildiyi ölkənin və ya şəhərin imicinin aşağı düşməsinə səbəb olur. Bu kimi hadisələrin qarşısını almaq üçün turistləri maarifləndirmək üçün onlara kiçik braşuralar təqdim etmək olar. İdman və istirahət sahələrində su istehlakı çox yüksəkdir və suyun qənaət edilməsi vacibdir. Bu problemi texnoloji yeniliklər və planlar ilə aradan qaldırmaq [15, səh. 590].

Olimpiya oyunları və Dünya kuboku kimi mühüm idman tədbirlərinin keçirilməsi zamanı ev sahibi ölkə cəmiyyətdə prestij və mənəvi fayda əldə edə bilər. Bunun idman yarışlarında iştirak edən idmançılara da təsirləri var. Müasir həyatın gətirdiyi sağlamlıq problemlərinə qarşı müasir idmanın faydaları çoxdur. İdman insanların psixologiyasına da təsir göstərir. İnsanların qan dövranını sürətləndirir, stresi azaldır və bədəni idarə etmək qabiliyyətini gücləndirir. Fiziki cəhətdən sağlam olan insan psixoloji cəhətdən də özünü sağlam hiss edir. İdmanın insan psixologiyasına təsirindən faydalanmaq istəyən səhiyyə elmləri alternativ müalicənin xüsusiyyətlərinə uyğun idman fəaliyyətlərindən istifadə edərək müalicə təmin edirlər [29, səh. 63].

İdman turizminin hissedilən təsirləri aşağıdakı cədvəldə göstərilmişdir:

Cədvəl 1.1

İdman turizminin təsirləri. Mənbə: [14, səh. 160-162].

	İdman turizminin təsirləri
İqtisadi təsirləri	- Əraziyə yatırılan investisiyaların artması; - əraziyə xarici valyuta daxilolmalarının artması; - məşğulluq səviyyəsini artırır; - yardımçı sektorların inkişafını təmin edir; - regionda yeni iş imkanları yaradır;

	- idman-turizm müəssisələrinin davamlı olaraq fəaliyyət göstərməsinə səbəb olur.
Siyasi təsirləri	- yerli orqanların fəaliyyətini artırır; - digər ölkələrin Azərbaycana maraq göstərməsinə səbəb olur; - Müsbət dəyişikliklərə səbəb olur; - xarici ölkələrin yüksək səviyyəli rəsmiləri, idman təşkilatları ölkəyə cəlb olunur; - ölkə haqqında kənardakı mənfi düşüncələrin dəyişilməsinə səbəb olur; - viza rejiminin sadələşdirilməsi, eləcə də, vizaların qaldırılmasına səbəb olur; - ölkənin tanınmasına və ölkələr arasında əməkdaşlığa yardım göstərilməsi səbəb olur.
Mədəni təsirləri	- Fərli mədəniyyətlərə sahib olan insanlar arasında qarşılıqlı əlaqə yaradır; - sosial və mədəni dəyişikliklərə səbəb olur; - ölkələrin yaxınlaşmasına və çoxtərəfli əlaqələrin inkişafına gətirib çıxarır; - ölkəyə müxtəlif idman sahələrində tanınan idmançıların gəlməsi ilə cəmiyyətin maraqlarının artması.
Ətraf-mühitə təsirləri	- İnsanları ətraf mühitə qarşı daha həssas olmağa və təbiəti sevməyə çağırır; - ətraf mühitin qorunması və idarə olunması baxımından zəruri tədbirlərin həyata keçirilməsinə səbəb olur; - biznesdə avtomatik nəzarəti;

	- sahənin yaxşılaşdırılması, düzəldilməsi və gözəlləşdirilməsi; - boş ərazilərdən yerləri qiymətləndirməklə istirahət və idman məqsədləri ilə istifadə edilməsi; - infrastrukturun inkişafının təmin edilməsi - ətraf mühitin çirklənməsini, su ehtiyatlarının, meşə sahələrinin və ətraf mühitin məhv edilməsi kimi mənfi təsirlər.
Siyasi təsirləri	- İdman turizm müəssisələrində çalışanların sıx iş təcrübəsi, stress və yorğunluq; - idman turizmində fəaliyyət göstərən müəssisələrə artan təzyiqlərin ölkələr və turizm şirkətləri arasında rəqabət yaratması; - ölkələrin bu sahəyə sərmayə qoymasına təşviq edilməsi; - işçilərin iş təhlükəsizliyini artırılması; - biznes sahibləri və menecerləri üçün biznes məmnuniyyətini təmin edir; - idman şirkətlərinin uğurları; - ictimai vəziyyətin yaxşılaşdırılması və bu vəziyyətdə sosial yardımın təmin edilməsi.

1.3 İdman turizminin inkişaf faktorları

İdman turizmi dünyada geniş yayılmış turizm növlərindən biridir. Yeni yaranmasına baxmayaraq bu sahə dünyanın əksər inkişaf etmiş ölkələrinin iqtisadiyyatlarında aparıcı mövqe tutur. Dünya dövlətlərinin əksəriyyətinin ən böyük məqsədlərindən biri idman turizminin davamlı inkişafına nail olmaqdır. Bunun üçün ölkə daxilində idman turizminin inkişaf faktorlarının müəyyənəşdirilməsi və həyata keçirilməsi üçün düzgün dövlət strategiyasını təyin etmək mühümdür.

Dünya üzrə turizm məsələləri ilə fəaliyyət göstərən təşkilat Ümumdünya Turizm Təşkilatıdır. Ümumdünya Turizm Təşkilatı davamlı turizm fəaliyyətlərinə nail olmaq və onların nizamlanması məqsədilə yaradılmışdır. 1973-cü ildə təsis edilmişdir. 156 üzv ölkəsi vardır. Bu ölkələr sırasına Azərbaycan da daxildir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının məqsədi irqi, dini və cinsi ayrıseçkilik olmadan iqtisadi inkişafa, beynəlxalq anlaşmaya, sülhə, rifaha nail olmaq və fundamental insan hüquqlarına riayət olunmasına kömək etmək üçün davamlı turizm fəaliyyətlərinə təşviq etməkdir. Bundan əlavə, təşkilat dövlətlərin turizm sahəsində inkişafına da yardım edir. Ümumdünya Turizm Təşkilatı idman turizminin irəliləməsi üçün bir sıra mühüm fəaliyyətlər göstərmişdir [5].

2001-ci ildə Barselonada Dünya Turizm Təşkilatının baş katibi Beynəlxalq Olimpiya Komitəsinin prezidenti ilə birlikdə idman və turizm arasında əlaqələrin genişləndirilməsi üçün imza atdılar. Bu simvolik jest dünyada qlobal səyahət və turizm sənayesindəki ən sürətlə böyüyən idman turizmi sektorunda davamlı inkişafın ilkin mərhələsi idi. Bu atılan addımın nəticəsində bu gün idman turizmi niş sektor olaraq qəbul edilmir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının 2011-ci il üçün illik hesabatına əsasən 2011-ci il turizm sektoru üçün risksiz keçmişdir [36, səh. 20].

Hal-hazırda dünya üzrə 1.1 milyard turist var. Ümumdünya Turizm Təşkilatının hesablamalarına əsasən 2020-ci ildə bu rəqəm 1.4 milyarda qalxacaqdır. Turizm Ümumdünya ÜDM-un 9-ni təşkil edir. Bu qeyri-adi, güclü və çox yönlü sənayedə idman turizminin inkişafı üçün yeni imkanlar yaranır. Bir çox müşahidəçilər beynəlxalq idman turizmini turizmdə global artımın əsas səbəblərindən hesab edirlər. Eurosport yayım telekanalı axın zamanlarda hebləmişdi ki, idman turizmi beynəlxalq səyahət və turizm fəaliyyətinin 10%-ni təşkil edir və 800 milyard ABŞ dolları həcmindədir. Bəzi destinasiyalarda idman turizmi ümumi turizmin 25%-ni təşkil edir. Avstraliya və Yeni Zelandiyada ümumi turizm bölgüsünün 55 %-i idman turizminin payına düşür [35, səh. 1].

Son on ildə idman turizminin belə sürətli inkişafı heç də təəccüb doğurmamalıdır. 1990-cı illərin ortalarında idman turizmi “turizm sənayesinin ən

geridə qalmış sahəsi” hesab edildiyi zaman onun belə inkişafı gözlənilirdi. Bunun əsas səbəblərindən biri kimi yeni gənc nəslin idmana olan böyük marağıdır. Həmçinin, dünyanın böyük və inkişaf etmiş şəhərlərində böyük idman tədbirlərinin keçirilməsi də idman turizminə olan axını daha da sürətləndirdi. 1992-ci ildə Barselonada Olimpiya oyunlarının keçirilməsi şəhərin turizm sənayesini daha çox idman turizmi iqtiqamətinə yönəltdi və bu hadisədən sonra daha çox idman tədbirlərinə ev sahibliyi etdi. Son 20 il ərzində tədqiqatçılar idman turizminə müxtəlif formalarda tərif verdilər. İdman turizminin beynəlxalq olaraq qəbul edilmiş tərfi 1999-cu ildə Standeven və De Knop tərəfindən “İdman Turizmi” adlı kitablarında yazdıqları tərifdir [29, səh. 66].

Bu gün dünya üzrə idman turizmi əsasən iki istiqamətdə cərəyan edir. Bunlardan birincisi idman fəaliyyətləri ilə məşğul olan qrupların öhdələrinə götürdükleri çətin idman yarışları və ya fəaliyyətlərinə qatılmaq və digər insanları da buraya cəlb etmək, beləcə, dünyada idmanın “xeyriyyəçilik missiyasını” yaymaqdır. Bu kimi fəaliyyətlərə Klimancaro zirvəsinə qalxmaq və ya A nöqtəsindən B nöqtəsinə edilən velosiped yarışları daxildir. İkincisi isə həvəskar və peşəkar idmançılar üçün eyni zamanda idman yarışlarının təşkil edilməsidir [21, səh. 401].

İdman turizminin inkişaf etməsində Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin rolu danılmazdır. Qloballaşan dünyada insanlar bir-biri ilə media vasitələri ilə daha yaxından ünsiyyət qururlar. Sosial media vasitələri ilə idman azarkeşləri idman klublarının fəaliyyətləri ilə tanış olur, keçiriləcək yarışlar və onların məkanları haqqında məlumat alırlar. İdman yarışları ilə bağlı xəbərlərdə, qəzetlərdə, jurnallarda və radioda yayılan məlumatlar onların inkişafına zəmin yaradır. Televiziya reklamının ən səmərəli üsulu hesab edilir. Televiziya vasitəsilə idman yarışlarının yayımlanması daha çox turist kütləsini idman yarışlarının keçirildiyi ölkələrə gətirir. İdman tədbirlərinin daha çox keçirildiyi şəhərlər brend şəhərlər hesab edilir [17, səh. 21].

Aparılan araşdırmalara görə dünya üzrə idman turistlərinin ən çox üstünlük verdiyi şəhərlər Avropa şəhərləridir. Bunun əsas səbəbi kimi bu şəhərlərdə görkəmli və populyar idman tədbirlərinin keçirilməsi, və həmçinin, burada olan tarixi idman

abidələridir. İdman turistlərinin üstünlük verdiyi şəhərlərdən biri də İngiltərənin paytaxtı olan Londondur. 2012-ci ildə Olimpiya oyunlarına ev sahibliyi etməsi şəhərə daha çox turist cəlb etdi. Bu Olimpiya oyunlarında futbol, reqbi, kriket və qolf kimi ənənəvi idman növlərindən əlavə velosiped idmanı, at yarışları, güləş və su idman növləri kimi oyunlar da keçirilmişdir [6].

Yamayka regionun ən yaxşı idman turizm destinasiyası seçilmişdir. Həqiqətən də ölkədə turistlərə möhtəşəm idman fəaliyyətləri təklif edə biləcək kifayət qədər çox məkan var. İsti iqlimə malik olması Qatarda bir sıra su idman növlərinin təşkil edilməsinə şərait yaradır. Cənubi Koreyada cüdo, taekvando və s. güləş növləri üzrə bir sıra beynəlxalq yarışlar keçirilir. Malayziyada görkəmli idman tədbirlərinin keçirildiyi ölkələrdən biridir. Formula 1, velosiped idman yarışları üzrə bir sıra mötəbər yarışlar məhz Malayziyada keçirilir. Mərakeş inanılmaz trekkinq imkanları, xizək, qolf qurğuları və böyük balıqçılıq sahələri təklif edir. Adrenalin sevən idman turistləri son illərdə Mərakeşə böyük üstünlük verirlər. Yeni Zelandiyada keçirilən reqbi çempionatları ölkəyə xeyli sayda turist gətirir. Həmçinin, idman məqsədilə gələn turistlər ölkənin digər gözəl təbbi resurslarını görmək üçün də səyahətlər edirlər. Braziliyanın paytaxtı Rio-de-Janeyroda keçirilən FİFA Dünya Kuboku şəhərin turizm potensialını artırdı. Futbol həvəskarları şəhəri ziyarət etmək üçün çempionatdan sonra da buraya axışırlar. Avstraliyanın Sidney şəhərində 2000-ci ildə təşkil edilən Olimpiya oyunlarından sonra ölkə iqtisadiyyatı gücləndi və yeni turistlər qəbul etdi. İdman şəhəri brendi olaraq tanınan ən məşhur şəhər Barselonadır [7].

Dünya üzrə şəhərlərin turizm faktorlarını müəyyənləşdirən Ümumdünya Səyahət Mükafatları hər il səsvermə keçirir. Səsvermədə dünyanın hər yerindən idman turistləri iştirak edə bilirlər. Hər il keçirilən səsvermə statistik göstəricilərə də əsaslanır. 2017-ci ilin göstəricilərinə və idman turistlərinin səsvermələrinin nəticələrinə əsasən turistlər tərəfindən ən çox ziyarət edilən turistik idman destinasiyası Birləşmiş Ərəb Əmirliklərinin Abu Dabi şəhəridir. Burada əsasən idman turistləri ekstremal idman növlərinə üstünlük verirlər. Növbəti yerlərdə isə əsasən Avropa şəhərləridir. Bu şəhərlərə Avstraliyanın Oklend, Çinin Pekin, Qatarın Doha,

İngiltərənin London, ABŞ-ın Kaliforniya ştatının Los-Anceles şəhəri, Florida ştatının Mayami şəhəri və başqa şəhərlər daxildir [8].

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Baş katibi Kofi Annan 2004-cü ilin 11 noyabr tarixində BMT-nin Baş Assambleyası tərəfindən sülh və inkişaf naminə idmanın dəyərini göstərmək üçün 2005-ci ili “Beynəlxalq İdman və Bədən tərbiyəsi İli” elan etdiyini bildirdi. Kofi Annan həmçinin qeyd etdi ki, gəncləri bədən tərbiyəsi və idmana həvəsləndirməklə real təcrübə əsasında onların qrup işi və tolerantlıq ilə bağlı fikirlərini inkişaf etdirmək olar. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının Minilliyin İnkişafı Məqsədlərinin əsas hədəfi fəaliyyətə dəstək və sülhün yaradılmasına və qorunmasına kömək edən idmanın əldə olunmasına yönəldilmişdir. BMT-nin bu bəyanatından sonra Filippin 2005-ci ildən Cənub-Şərqi Asiya oyunlarına ev sahibliyi edərək idmançıların uğurlu iştirakını və filippin xalqının dəstəyini təmin etmək üçün həyata keçirilən müxtəlif fəaliyyətlərdə katalizator kimi xidmət edir [35, səh. 1].

İdman turizmi 4.5 trilyon dollar vəsaitə sahib olan global səyahət və turizm dünyasının ən sürətlə böyüyən sahələrindən biridir. İdman turizmi özündə media əhatəsi, investisiya, səyahət iştirakçıları və tamaşaçıları birləşdirir. 2011-ci ildə səyahət və turizmin dünyanın global daxili bazarının 10 %-dən çox olacağı gözlənilirdi. Şəhərlərin, bölgələrin və hətta dünyanın digər ölkələrinin iqtisadiyyatı bu gün daha çox idman yarışlarını izləməyə gedən idman azarkeşlərindən asılıdır. Bəzi ölkələrdə idman turizmi bütün gəlirlərin 25 faizini təşkil edir. Dünyanın iqtisadi cəhətdən az inkişaf etmiş ölkələri belə idman tədbirləri təşkil edərək öz iqtisadiyyatlarını gücləndirə bilirlər [28, səh. 11].

Ümumdünya Turizm Təşkilatı (ÜTT) və Beynəlxalq Olimpiya Komitəsi (BOK) 2001-ci ildə qurulan əməkdaşlıq müqaviləsi ilə idman və turizm qarşılıqlı anlaşma, mədəniyyət və cəmiyyətin inkişafı üçün canlı qüvvələr olaraq tanınır. Bu yolla idman və turizmin sənayelərin inkişafı, investisiyaların təşviq edilməsi, davamlı iqtisadi artım, məşğulluq və gəlirlərin artırılması üçün bir-biri ilə əlaqəli və tamamlayıcı güclü qüvvələr kimi birləşməsinə təmin edir [16, səh. 161].

Bu günə qədər idman və aktiv istirahət dünyada çox böyük və uğurlu sənaye halına gəldi. 1994-cü ildə Avropa Birliyi və Avropa İdman Komissiyasının hesabatına əsasən, idman sənayesi dünya ticarətinin 2.5 faizinə sahibdir. Son on il ərzində qlobal idman sənayesi boş zaman və xərclərin artması, tamaşa və iştirak həvəsinin çoxalması, yeni yayım metodları və yayım sənayesinin tənzimlənməsi kimi bir sıra hərəkətverici faktorlar ilə bir sıra dəyişikliklərin və yeniliklərin şahidi olub. Bu da idman məqsədləri üçün dünyaya səyahət etməyə səbəb olur [26, səh. 29].

Turizm Araşdırmaları Bürosunun bu yaxınlarda idman turizmi ilə bağlı nəşr etdirdiyi bir araşdırmada yazılır: Avstraliyada avstraliyalıların gündüz səfərlərinin 6 faizi, gecə səfərlərinin isə 5 faizi əsasən idman turizmi ilə əlaqəli həyata keçirilir. Bu yerli idman turistlərinin 1847 milyon dollar xərcləməsinə gətirib çıxarır, bunun 461 milyonu gündüz səfərlərinə, 1386 milyonu isə gecə səfərlərinə sərf edilir. Avstraliyadakı ayrı bir araşdırmaya əsasən, idman turizm sektoru ümumi turizm bazarının təxminən 55 faizini təşkil edir. Həm beynəlxalq, həm də daxili turizm baxımından Avstraliyada idman turizminin ümumi xərcinin illik təxminən 3 milyard dollar vəsait olduğu ortaya çıxıb [7].

1998-ci ildə Kanadanın 73.7 milyon daxili səfərinin 37 faizi idman turizminin məqsədləri üçün olmuşdur. Kanadada idman turistləri anlayışına müəyyən dövr ərzində idman məqsədilə səyahət edən idman tədbirlərinin iştirakçıları və ya tamaşaçıları daxildir. İdman səyahətlərinin ən çox edildiyi aylar iyun-sentyabr, iyul və avqust aylarıdır. Bu aylarda orta hesabla 2.5 və 5 milyon şəxs idman səyahəti edir [9].

Cənubi Afrikada idman turizminin qurulmasına baxmayaraq idman turizmi daxili turizm bazarının 4 faizini təşkil edir. Bu nəticələr 1997-ci ilin oktyabr ayında Cənubi Afrika Ətraf Mühit və Turizm Məsələləri və İdman Nazirliyi tərəfindən Cənubi Afrikada İdman Turizmi qurumunun yaradılması zamanı idman turizmini turizmin inkişafı və təşviqi üçün bir yol kimi müəyyənləşdirdikdən sonra azaldı [34, səh. 18].

Bu halda Amerika Birləşmiş Ştatlarının Amerika Səyahət Sənayesi Assosiasiyası aşkar etmişdir ki, son beş il ərzində ABŞ-ın əhalisinin 38 faizi tamaşaçı və ya iştirakçı kimi idman tədbirlərində müntəzəm olaraq iştirak edir. Britaniya Turizm Nümayəndəliyi və İngilis Turizm İdarəsi iddia edir ki, turist səfərlərinin 20 faizinin əsas məqsədi idman səyahətləri olsa da, 50 faizi qeyri-adi idman tədbirlərində iştirak edir. Bu fəaliyyət səviyyəsi Kanadanın məlumatlarına tam şəkildə uyğundur, 1998-ci ildə Kanadanın Səyahət Araşdırma agentliyi bu il içərisində edilən daxili səfərlərin 37 faizinin idmanla bağlı məqsədlər üçün olduğunu göstərdi. 2005-ci il üzrə Filippin Biznes Sektorunun ilkin sorğusuna əsasən idman və digər istirahət müəssisələri 44.7 milyard ABŞ dolları və ya ümumi gəlirin 45.4 faizini təşkil edərək ən yüksək gəlir əldə etmişdir [32, səh. 6].

İdman turizminin əhalinin daha geniş bir hissəsinə çatdırılmasında texnologiyanın inkişafının və texnoloji yeniliklərin rolu böyükdür. İdman turizminin inkişaf istiqamətləri içərisində ən önəmli olanlardan biri də texnologiyadır. Yeni texnologiyanın idmanın inkişafında təsirinin ən yaxşı nümunəsi nəqliyyatda tətbiq olunan yeniliklərdir. Ötən əsrdə avtomobillərin və hava yollarının ixtirası ilə fərdlər bu idman turizmində iştirak etmək üçün müxtəlif yerlərə hərəkət edə bilmişlər. Bundan əlavə, bu yeni nəqliyyat metodlarının yaradılmasından sonra insanlar evlərindən uzaqlaşmaq tələbi də artdı. Bu, çox sayda mehmanxana və motelin kütləvi inkişafına gətirib çıxardı.

Texnoloji yeniliklərin nəticəsində səyahət və idmanın geniş yayılması ilə idman turizmi sürətlə inkişaf etdi. Daha spesifik olaraq, geniş əhatə dairəsi, şəraitin olması və iştirakın asanlıığı idman turizminin populyarlığının artmasına səbəb olmuşdur. İdman turizminin məşhurlaşmasında nəqliyyat və yaşayış yerlərinin oynadığı vacib roldan əlavə, media texnologiyası da yeniliklərə yardım etmişdir. Mətbuat, radio və daha sonra da televiziya xüsusilə də tamaşaçıların idmana həvəsini daha da artırdı. Nəhayət, idman avadanlıqlarının istehsalında olan yeniliklər də idmanın inkişafı və yayılmasına kömək etmişdir [17, səh. 44].

Bu gün idman turizmin inkişaf amillərindən biri də yeni avadanlıqların mövcud olmasıdır. Əvvəlki illərə baxanda artıq idman növlərinin inkişafı üçün şərait mövcuddur. Bundan başqa, idman tədbirlərinin keçirilməsi üçün çox sayda tamaşaçı kütləsini qəbul edəcək geniş idman tikililəri inşa edilmişdir. Bu da öz növbəsində daha çox idman turistinin cəlb edilməsinə gətirib çıxarır.

İstənilən növ idman turizmində iştirak etmək üçün kifayət qədər pula sahib olmalıdır. Müasir dövrdə insanların həyat səviyyəsinin yüksək olması onlara asudə vaxtlarını dəyərli keçirməyə kömək edir. İdman turizminə qatılmaq üçün də insalara hərtərəfli şərait yaradılır. Ötən əsrdə insanların iş saati xeyli azaldıldığından, səyahət etmək üçün vaxtları qalır. Dünya üzrə ən çox Avropa ölkələri üçün son tarixdəki iqtisadi dəyişikliklər fərdlər üçün istifadə olunan vaxt və pulların sayını artırdı və onları idman turizmi fəaliyyətinə cəlb etdi [21, səh. 400].

İdman turizminin inkişaf etmiş formaları içərisində əsasən qış, yay, su və dağ idman növlərini göstərə bilərik. İdman turizmində mövsümlilik xarakterik olduğu üçün idman tədbirləri bütün fəsillərdə davam etmir. Dünya ölkələri həyəcanlı idman növlərinin inkişaf perspektivlərini daha çox önə çəkirlər. Çünki onlar turistlər tərəfindən daha çox sevilir. İnsanlar artıq darıxdırıcı deyil, daha fəal idman növlərinə üstünlük verirlər. Aktiv idman növlərindən istifadə edən əhəlinin yaş qrupu əsasən gənclərdir. Bundan əlavə son günlərdə motorlu idman növləri də insanlar tərəfindən daha çox sevilir. Əsasən sağlamlıq ilə bağlı olan velosiped idman növləri dünyanın hər tərəfində istifadə olunur [29, səh. 66].

Son onillik dövründə turizmin inkişafı idman turizminin qlobal turist bazarının çox mühüm seqmenti kimi ortaya çıxdığını göstərir. Azərbaycandakı turizm sənayesi böyüməyə davam edərkən, dünya miqyasında idman və istirahət sənayesində də əhəmiyyətli bir artım hiss olundu. İdman və istirahət sənayesi idman turizmi sektorunda bir araya gəlir və turizm bazarının inkişafında əsas amil kimi niş bazarların yaranması ilə sektorun artım potensialı da böyüyür.

II FƏSİL. AZƏRBAYCANDA İDMAN TURİZMİNİN İNKİŞAFININ MÖVCUD VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ

2.1 Azərbaycanı idman turizminin inkişaf imkanları

Azərbaycanda idman turizminin inkişafı üçün şərait mövcuddur. İdman turizmi dünyada geniş yayılan fəaliyyət növü olaraq Azərbaycana da nüfuz etmişdir. İdman turizminə üstünlük verən turistlər əsasən getdikləri ölkənin təhlükəsizliyinə üstünlük verirlər. Ölkə daxilində baş verən siyasi problemlər, terror aktları, iğtişaşlar, təbii fəlakətlər turistlərin qərarlarına təsir edə bilər. Beynəlxalq turizm bazarının böyük hissəsi əyləncə və istirahət məqsədli turist səfərlərindən ibarətdir [9, səh. 16].

Azərbaycanda idman turizminin inkişafı üçün potensialın olması bu turizm növünün ölkə üçün nə qədər əhəmiyyətli olduğunu göstərir. Ölkə xüsusilə izləyici kütləsi baxımından dünyanın ən çox azarkeşlərinə sahib olan futbol, basketbol, voleybol, tennis, qolf və s. idman növlərinin keçirilməsi üçün əlverişli coğrafi xüsusiyyətlərə sahibdir [11, səh. 28].

Bakı şəhərində inşası davam edən və tamamlanmamış halda olan bir sıra idman zalları və binaları mövcuddur. Azərbaycanda idman turizm xidmətlərini göstərəcək müəssisələr əsasən Bakı şəhərində qurulmuşdur. Bununla yanaşı bölgələrdə də idman turizminin inkişafı üçün yeni-yeni strategiyalar tətbiq olunur. Şimaldan cənuba qədər Azərbaycanın hər yerində idman turizminin önə çəkilməsi üçün müxtəlif investisiyalar qoyulmuş və ya planlaşdırılmışdır. Bakı şəhərinin Qafqazın idman şəhəri kimi tanınmaq üçün ölkənin dünya ictimaiyyətində daha çox tanınması lazımdır.

Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi 2016-cı illərdə qəbul edilmiş turist saylarına görə ölkələrin statistik göstəricilərini açıqlamışdır.

Cədvəl 2.1.

2016-cı ildə turist saylarına görə ölkələrin statistik göstəriciləri.

	Cəmi		o cümlədən:			
			qəbul edilmiş		göndərilmiş	
	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam-gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam-gün	turistlərin sayı, nəfər	tur-günlərin sayı, adam-gün
Cəmi	53 999	349 496	8 949	33 054	45 050	316 442
o cümlədən:						
Azərbaycan Respublikası	9546	55 305	-	-	9 546	55 305
Rusiya Federasiyası	8719	50 255	4 321	13 243	4 398	37 012
Gürcüstan	694	4 684	10	58	684	4 626
Qazaxıstan	41	195	9	54	32	141
Ukrayna	553	5394	35	167	518	5 227
Türkiyə	14 921	104 159	50	266	14 871	103 893
Birləşmiş Krallıq	707	3 277	61	221	646	3 056
Almaniya	1498	6973	83	217	1415	6756
İspaniya	415	1965	86	429	329	1536
İtaliya	621	2982	144	603	477	2379
Fransa	431	1871	133	494	298	1377

Qeyd: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin 2017-ilə dair məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanılmışdır.

Cədvəldə Azərbaycan Respublikasına 2016-cı il ərzində qəbul edilən turist sayı göstərilməmişdir. Göndərilən turistlərin sayı isə 9546 olaraq hesablanmışdır. Rusiya Federasiyasına qəbul edilən turistlərin sayı göndərilən turistlərin 98%-ni təşkil edir. Gürcüstana 2016-cı ildə gələn turistlərin sayı göndərilən turistlərin 1.47%-ni təşkil edir. Qazaxıstana gələn turist sayı göndərilən turistlərin 28.1%-ni təşkil edir. Ukraynanın qəbul etdiyi turist sayı göndərdiyi turistlərin 6.76%-ni təşkil edir. Türkiyənin 2016-cı ildə qəbul etdiyi turist sayı göndərdiyi turistlərin 3.36%-ni təşkil edir. Birləşmiş Krallığın qəbul etdiyi turist sayı göndərdiyi turistlərin 9.44%-ni təşkil

edir. Almaniyanın qəbul etdiyi turist sayı göndərdiyi turistlərin 5.86%-ni təşkil edir. İspaniyanın qəbul etdiyi turist sayı göndərdiyi turistlərin 26.1%-ni təşkil edir. İtaliyanın qəbul etdiyi turist sayı göndərdiyi turistlərin 30.1%-ni təşkil edir. Fransanın qəbul etdiyi turist sayı göndərdiyi turistlərin 44.6%-ni təşkil edir.

Cədvəldən də göründüyü kimi 2015-ci ilə nisbətən 2016-cı ildə ölkəyə daxil olan turist sayında müəyyən qədər azalma müşahidə olunmuşdur. Buna səbəb kimi, 2015-i ildə Avropa oyunlarını göstərə bilərik. Həmin ildə oyunları izləmək üçün Azərbaycana çoxlu sayda idman tutsisi səfər etmişdir. Cədvələ əsasən, idman turizminin ölkənin turizm sənayesində əhəmiyyətli rolunu görmək mümkündür.

Ölkə ərazisində idman tədbirlərinin keçirilməsi üçün bəzən qış idman növlərində olduğu kimi iqlim, bəzən futbol və qolf oyunlarında olduğu kimi infrastruktur, velosiped yarışlarının keçirilməsi üçün təhlükəsiz relyef mövcuddur. İdman tədbirlərini təşkil edən federasiyalar və digər qurumlar təftiş üçün Azərbaycana gəldikdə buradakı şəraiti görərək yarışların keçirilib keçirilməməsi ilə bağlı qərar çıxararkən çətinlik çəkmirlər. Əlbəttə ki, bu qərarı qəbul edən qurumlar və təşkilatlar ümumiyyətlə təhlükəsizlik, infrastruktur, iqlim şəraiti və siyasi münasibətləri nəzərə alırlar. Burada bəhs etdiyimiz idman təşkilatlarından başqa, idman yarışlarını təşkil etmək istəyənlərin əsas məqsədi fərdi idmançıları ölkəyə cəlb etməkdir. Bunun səbəbi isə odur ki, əhəmiyyətli potensiala malik olan bir ölkə beynəlxalq səviyyədə təşkil olunan idman fəaliyyətlərinə ev sahibliyi edə bilmədiyi təqdirdə bazarda yeni fərdi turistləri cəlb edərək bu boşluğu doldurmalıdır [10, səh. 122].

İdman tədbirlərini təşkil edənlər turistləri nəyin cəlb etdiyini müəyyənləşdirməlidirlər. Turistlərin motivasiyaları üzərində aparılan araşdırmalar, insanın ehtiyacları və istəklərini qarşılamaq üçün əldə etməyə çalışdığı təcrübələr insanların niyə səyahət etməsi və nəyi əldə etmək istəmələri ilə bağlıdır. Səyahət edənlərin motivasiyası fərdlərə görə dəyişir. Bu faktorlara psixoloji və mədəni fərqlər daxildir [19, səh. 21].

Aşağıdakı amillər Azərbaycanda idman turizminin inkişafını sürətləndirə bilər [4, səh. 10]:

- Azərbaycanın idman turizmi imicinin təbliği;
- Regionların turizm potensialını əks etdirən layihələrin tərtib edilməsi;
- İdman turizminin infatraktunu büdcədən kənar vəsaitlərin cəlb edilməsi ilə stimullaşdırmaq;
- Savadlı turizm kadrlarının hazırlanması və ixtisasartırma;
- Turizm texnologiyasının hazırlanması;
- Mehmanxana və otel şəbəkələrinin genişləndirilməsi;
- Rekreatsiya ehtiyatlarından səmərəli istifadə;
- Gənclər mərkəzinin yaradılması;
- Turizm fəaliyyətlərinin KİV-lərdə təbliği.

Azərbaycanda idman turizminin inkişafına təkan verən amillərdən biri də viza verilməsi şərtlərinin yüngülləşdirilməsidir. Məlumdur ki, turistlər səyahət edəcəkləri ölkəyə tez və maneəsiz səfər etmək istəyirlər. Lakin bəzən onlar viza şərtləri və gömrük rüsumları kimi bir sıra maneələrlə qarşılaşırlar. Azərbaycan Respublikası ölkəyə daxil olan idmançılara viza verilməsi mərhələsini asanlaşdırmağa çalışır. 1999-cu ilin 1-9 avqust tarixlərində paytaxtda təşkil olunan yeniyetmələr arasında boks üzrə dördüncü Avropa çempionatında Avropada yerləşən 24 ölkədən olan komandalar iştirak etmişdi. Almaniyadan da idmançılar da yarışmaya dəvət almışdı. Oyunlar zamanı xarici idmançılar Azərbaycan ərazisinə vizasız gəlmişdilər. Azərbaycan Respublikası idman tədbirləri zamanı idmançıların və idman turistlərinin ölkəyə rahat daxil ola bilməsi üçün viza şərtlərini yüngülləşdirməyə çalışır [8, səh. 32].

Azərbaycana turizm ilə bağlı qoyulan sərmayələr əvvəlki illərə görə indi daha çox müşahidə olunur. Xarici investisiyaçıların arasında daha çox diqqəti cəkən sahə idman turizmi olduğundan Azərbaycanda da bu istiqamətdə yatırımlar qoyulur. Avqustun 25-də İtaliyanın Milan şəhərində Azərbaycanda İxracın və İnvestisiyaların Təşviqi Fondunun (AZPROMO) və İtaliyanın (İTAZERCOM) birgə təşkilatçılığı ilə “Milanexpo 2015) Ümumdünya sərgisi çərçivəsində Azərbaycanın ölkə təqdimatı: “Azərbaycana investisiya yatırın: biznes mühiti və imkanları” mövzusunda tədbir

keçirilmişdir. Bu tədbir çərçivəsində İtaliya şirkətlərinin Azərbaycanın müxtəlif sahələrinə investisiya yatırması, bigə əməkdaşlıq və s. mövzular müzakirə edilmişdir. Bu sahələr içərisində idman turizmi də yer almışdır. Yüksək imkanlara sahib olan bir ölkənin idman potensialının dəyərləndirilməsi tədbirin mövzuları içərisində yer alırdı. İdman turizmi sahəsində hərtərəfli inkişaf etmiş İtaliyanın şirkətlərinin gələcəkdə Azərbaycana sərmayə yatırması sonrakı illərdə ölkəmizin idman turizminin inkişafı təmin edəcəkdir [11].

Dünyada əlverişli turistik imkanlara sahib olan bir sıra ölkələrdə turizmin göstəriciləri bəzən aşağı olur. Buna səbəb kimi əsasən bu ölkələrdə mövcud olan təhlükəsizlik problemləri göstərilir. Ancaq bəzi ölkələrdə davamlı olaraq təhlükəsizlik problemləri olsa da təəccüblü halda ölkənin turizm potensialının inkişafına heç bir təsir göstərmir. Məsələn, 2016 və 2017-ci illər ərzində Türkiyədə bir sıra terror hadisələri törədilmişdir. Hətta 2017-ci ilin yanvar ayının birində törədilən terror hadisəsində həlak olanların böyük əksəriyyəti xarici turistlər idi. Bununla belə ölkə turizmi getdikcə inkişaf edir. Buna əsas səbəb kimi ölkədə yüksək səviyyəli turistik xidmətlər və ölkənin zəngin tarixi mədəniyyət abidələrini göstərə bilərlik [15, səh. 594].

Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasında təsis edilmiş 1999-cu il 04 iyun tarixli qərara əsasən turistlərin təhlükəsizliyi – səyahət ərzində onların şəxsi təhlükəsizliyi və turistlərin əmlaklarının mühafizə olunmasıdır [5, səh. 87].

İnsanlar gedəcəkləri yerin təhlükəsizliyinə daha çox önəm verirlər. İdman yarışları zamanı xoşagəlməz hadisələrin baş verməsi qaçınılmazdır. Xüsusilə ekstremal idman yarışları zamanı idmançılar və turistlər hər an təhlükə ilə üz-üzə qala bilərlər. Bu kimi idman növləri həyata keçirilən zaman idmançılar təhlükəsiz olduqlarına əmin olmalıdırlar. Təhlükəli idman növlərindən biri də qış və qar idmanıdır. Bu idman fəaliyyətləri həyata keçirilən zaman bəzən idmançılar qar çovğunları altında qala bilərlər və ya müxtəlif xəsarətlər alırlar. Belə idman yarışları təşkil edilən zaman ölkələr tərəfindən ümumi təhlükəsizlik tədbirləri həyata keçirilir. İdmançılar səyahət etdikləri ölkədə psixoloji təhlükəsizliyə də üstünlük verirlər.

Bəzən turistlər səyahət etdikləri ölkələrdə müxtəlif zorakılıqlarla rastlaşırlar. Məsələn, müasir dövrdə islamafobiyanın geniş yayıldığı bir zamanda müsəlmanlar bəzi Avropa ölkələrinə səfər etdikləri zamanı müəyyən radikal qruplar tərəfindən təhdid edilirlər və terrorist adlandırılırlar. Turistlər üçün nəqliyyat və fiziki mühitin təhlükəsizliyi də önəmli amillərdəndir. Nəqliyyat vasitələrinin sürətli və təhlükəsiz olması ölkəyə səfər edən turistlərin məmnunluğuna səbəb olur.

Azərbaycan bu cəhətdən kifayət qədər əlverişli mövqeyə sahibdir. Dünya üzrə aparılan statistik göstəricilərə əsasən Azərbaycan dünyanın ən təhlükəsiz dövlətlərindən biridir. Turizmin inkişafı üçün önəmli faktor olan təhlükəsizliyin təminatı Azərbaycana səfər edən turistlərə rahat səyahət etməyə zəmin yaradır. Azərbaycanda gələn idmançıların təhlükəsizliyi də təmin olunur. Paytaxtda və regionlarda ümumi təhlükəsizlik səviyyəsinin kifayət qədər olması idman turizmini dinamik inkişafına zəmin yaradır [5, səh. 113]. Turizm istehlakçıları getdikləri yerlərdə informasiya təhlükəsizliyi ilə də maraqlanırlar. İnformasiya təhlükəsizliyi pozulduğu zamanı idmançılar yanlış məlumatlar əldə edirlər.

Dünya xəritəsinə baxsaq görərik ki, Azərbaycan strateji coğrafi mövqeyə malikdir. Azərbaycanda idman turizminin inkişaf faktorlarından biri də ölkənin əlverişli coğrafi mövqedə yerləşməsidir. Avropa və Asiyanın qovuşmasında yerləşdiyindən turistlər buraya üstünlük verirlər. Ölkənin zəngin təbii sərvətlərə sahib olması, ekstremal və dağ idman növlərinin təşkil olunması üçün əlverişli ərazilərin çoxluğu burada gələcəkdə də yeni idman tədbirlərinin keçirilməsinə imkan verir [12, səh. 34].

Azərbaycanın iqlimi də idman tədbirlərinin keçirilməsi üçün əlverişlidir. İqlimi kontinentaldır, soyuq qış və isti yaz ayları müşahidə olunur. Dağ əraziləri soyuq və yağışlı olmasına baxmayaraq düzən əraziləri əsasən qurudur. Xəzər dənizinin sahil hissəsinin şimalı quru olur, cənub hissəsi isə yağışlı keçir. Qışda havalar soyuq keçsə də don olmur. Azərbaycanda yay ayları istivə günəşli keçir. Belə iqlim şəraitinin olması həm yay, həm də qış aylarında ölkə ərazisində idman tədbirlərinin keçirilməsinə təkan verir. Qış aylarında Quba, Qəbələ kimi bölgələrdə qış idman

turizm yarışları təşkil olunur. Bu yarışlara hər il çoxlu sayda turist baş çəkir. Yay idman növləri isə respublikanın istənilən regionunda keçirilir [1, səh. 19].

Azərbaycan haqqında müəyyən vaxtlarda beynəlxalq televiziya proqramlarında sənədli filmlər nümayiş olunur. CNN və BBC telekanalı bir neçə dəfə Azərbaycanla bağlı müsahibə hazırlamış, National Geographic jurnalında müəyyən məlumatlar dərc edilmişdir. Azərbaycanın mədəni irsi, təbiəti, mətbəxi (xüsusilə yeməkləri) haqqında çoxsaylı bədii kitablar və təlimatlar var – Azərbaycana səfər edən turistlər xüsusilə buradakı İçərişəhər mədəni irsini ziyarət edirlər [6, səh. 248].

Səyahət agentlikləri idman turizmi ilə bağlı Azərbaycana gəlmək istəyən turistlərə ölkənin idman turistləri ilə bağlı bir sıra təkliflər təqdim edirlər. Rahat və mehriban hava yolu şirkətləri və marşrutları mövcuddur. Dağ idman turizmi üçün gələn turistlər dağlarda və ya vadilərdə idman fəaliyyətlərindən istifadə etmək üçün bölgələrə səfər edərkən oradakı bir sıra otellərdə qala bilirlər [10, səh. 121].

Otel və mehmanxana sənayesi istənilən turizm sahəsinin inkişafında ən önəmli amildir. Getdikləri ölkədə qalmaq istəyən turistlər gecələmək üçün otellərə müraciət edirlər. Otel sənayesi zəif olan ölkələr heç bir zaman tam olaraq turist məmnuniyyətini təmin edə bilmirlər. Turistlər getdikləri ölkələrdə otellərin brendlərinə, qiymətlərinə, təmizlik və gigiyena səviyyələrinə, personalın münasibətinə və onlara təklif olunan yeməklərin çeşidinə önəm verirlər [20, səh. 117].

Azərbaycanda son illərdə otel və mehmanxana sənayesi sürətlə inkişaf etmişdir. Bu da idman turizmi ilə bağlı Azərbaycana gələn turistlərə əlverişli şərait yaradır. Nəzə almaq lazımdır ki, ekstremal və dağ idman növləri əsasən bölgələrdə təşkil olunduğu üçün turistlər bölgələr axışırlar. Regionların davamlı inkişaf strategiyasında bu faktorda qeyd olunmuşdur. Gələn turistləri otellərdə güləruz personal qarşılayır və onlara mükəmməl səviyyədə xidmət göstərir. Azərbaycanın aparıcı turizm şirkətləri və otel biznesi nümayəndələri dünyanın London, Afina, Pekin, Vyana, İstanbul, Moskva, Berlin kimi şəhərlərində sərgi və yarmarkalarda iştirak edirlər [2, səh. 1].

Tikilən otellərin xarici dizaynı da şəhərin gözəlləşməsinə xidmət edir. tripadvisor.com saytında verilən rəylərə nəzər yetirsək görərik ki, Azərbaycana gələn turistlər ölkədəki otellərin vəziyyətindən kifayət qədər məmnun qalırlar. Nadir hallarda isə bəzi otellərin qiyməti ilə bağlı narazılıqlar bildirilir. Ümumi olaraq, saytda rəy bildirən turistlər Azərbaycanın otellərinin xarici görünüşünü çox bəyəndiklərini qeyd edirlər. Müasir memarlıq üslubunda inşa edilən otel və mehmanxana şəbəkələri daxili interyerin gözəlliyi ilə ziyarətçiləri valeh edir.. Ölkəmizdə bu gündə yeni otellər inşa edilir. İnşa edilən otel və mehmanxana şəbəkəsi şəhərin ümumi görünüşünə gözəllik qatır. Regionlarda da yeni otel müəssisələri inşa edilir. Qəbələ, Lənkəran, Lerik, Qax kimi bölgələrdə son illərdə otel sənayesi inkişaf edərək yeni mərhələyə qədəm qoymuşdur [12].

Gələn idman turistlərin ölkə daxilində rahat hərəkət edə bilməsi üçün Azərbaycanda nəqliyyat infrastrukturu da önə çəkilir. Ümumən nəqliyyat strukturu ölkənin bütün sahələrinin inkişafında ən önəmli amildir. Rayonlara, ucqar kəndlərə yollar çəkilir və yeni marşrutlar çəkilir. Ölkənin nəqliyyat sistemində əlverişli qiymətlərin olması da turist məmnuniyyətini yaradır. Bildiyimiz kimi idman fəaliyyətlərində iştirak etmək istəyən peşəkar və həvəskar idmançılar çatmaq istədikləri yerə təhlükəsiz getmək istəyirlər. Ölkədə təhlükəsiz nəqliyyat infrastrukturunun olması gələnləri qane edir. Müasir yol şəbəkələrinin yaradılması üçün əhəmiyyətli magistral yolların gələcəkdə də inşası nəzərdə tutulur [7, səh. 8-9].

Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi 2015 və 2016-cı illərə dair nəqliyyat növləri üzrə xidmət göstərilmiş turistlərin sayını açıqlamışdır.

Cədvəl 2.2.

Nəqliyyat növləri üzrə xidmət göstərilmiş turistlərin sayı.

	2015	2016
Xidmət göstərilmiş turistlərin sayı	61,965	53,999

o cümlədən:		
avtobus	12,248	8,979
dəmiryolu	-	430
Hava nəqliyyatı	41,495	35,753
Su nəqliyyatı	20	-
Minik avtomobilləri	8,202	8,596
Bir neçə nəqliyyat növü	-	166
digər nəqliyyat növləri	-	75

Qeyd: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin 2017-ilə dair məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanılmışdır.

Cədvəldən göründüyü kimi Azərbaycana gələn turistlər nəqliyyat vasitələri arasında əsasən hava nəqliyyatına üstünlük verirlər. Hava nəqliyyatı ən sürətli və rahat nəqliyyat vasitəsi hesab edilir. Azərbaycana səfər edən turistlərin böyük hissəsi hava nəqliyyatı ilə səfər edir. 2016-cı ildə hava nəqliyyatından istifadə edən turistlərin sayı 2015-ci ilin 86.16%-ni təşkil edir. Hava nəqliyyatından sonra ən çox istifadə edilən nəqliyyat növü avtobus nəqliyyatıdır. Avtobus nəqliyyatından da 2015-ci ildə 2016-cı ilə nisbətən 26.7% daha çox istifadə edilmişdir. Ümumi cədvələ nəzər salsaq görürük ki, 2015-ci ildə 2016-cı ilə daha çox turistə xidmət göstərilmişdir. 2015-ci ildə xidmət göstərilən turistlərin sayı 2016-cı ilə nisbətən 13% çoxdur. Bunun səbəbi isə Bakı 2015 Avropa oyunlarının təşkil edilməsidir. Növbəti yerdə isə ölkəyə minik avtomobilləri ilə səfər edən turistlərin sayıdır. 2015-ci ildə ölkəyə minik avtomobilləri ilə səfər edən turistlərin sayı 2016-cı ildə səfər edən turistlərin sayının 95.41%-ni təşkil edir. Azərbaycanda 2015 və 2016-cı illərdə su və dəmiryol nəqliyyatından nisbətən daha az istifadə edilmişdir.

Azərbaycanda idman turizminin inkişaf faktorlarından biri də əhalinin gülərüzlü və mehriban olmasıdır. Bura bütün dünyada ən qonaqpərvər yerlərdən biri hesab olunur. Dünya təcrübəsində müşahidə olunmuşdur ki, turistlər getdikləri ölkələrdə əhalinin onlara qarşı münasibətinə fikir verirlər. Bəzi ölkələrdə turistlərə qarşı kobud

rəftar edildiyindən turistlər o məkana getməkdən imtina edirlər. Bu cəhətdən Azərbaycan turistlərin ehtiyacını təmin edir. Hava yollarından başlayaraq getdikləri turizm obyektlərinə qədər turistlər bütün ölkə ərazisində isti və xoş münasibət görürlər. Bu da ölkə ərazisində turistlərin sərbəst və rahat hərəkət etməsinə şərait yaradır. Azərbaycanda sakinlər hətta dil bilmədikdə belə turistlərə yardım etmək üçün əllərindən gələni edirlər. Gözəl münasibət görən turistlər ölkədən məmnun gedirlər və əksəriyyəti bu münasibəti yenidən görmək üçün bir daha gəlməyi planlaşdırır. Həmçinin yaşadıkları ölkədə Azərbaycan əhalisinin qonaqpərvərliyi haqqında danışaraq digər turistlərindən də ölkəyə axınına zəmin yarada bilirlər [12, səh. 100].

Azərbaycanda idmana dəstək və qayğı göstərilməsi üçün bir sıra qurumlar da mövcuddur. Buraya regional təşkilatlar və QHT-lər də daxildir. Qurumlar daima ölkə ərazisində idmana olan marağı artırmaq üçün maarifləndirmə və təşviqat kampaniyaları keçirirlər. Maraqlı hal budur ki, ölkədə gənclərin idmana həvəsi artdıqca idman tədbirlərinin də sayı artır. Bu idman tədbirlərinə qatılmaq üçün bəzən yaxın ölkələrdən, bəzən də dünyanın hər yerindən idmançılar gəlirlər. Gələn idmançılar dəstəkləmək üçün onlarla bərabər idman heyəti və azarkeşlər də ölkəyə səfər edirlər. Ölkəyə idman yarışlarında iştirak etmək üçün gələn turistləri Azərbaycanın turizm potensialı ilə məlumatlandırmaq bu kimi təşkilatların vəzifəsidir. Həmin idmançılar turlarla müxtəlif idman tikilələrin olduğu yerlərə apararaq təqdim etməklə ölkəyə maraqlarını artırmaq vacibdir. Belə olduqda turistin yenidən ölkəyə gəlməsi üçün səbəbləri olacaqdır [13].

Tədqiqat göstərir ki, Azərbaycan Respublikası ilə dünya dövlətləri, o cümlədən beynəlxalq və regional idman və turizm təşkilatları arasında idman və turizm əlaqələri genişlənir, yeni miqyas alır, xarakter və formaları meydana gəlir [8, səh. 185]

2.2 İdman turizminin inkişafında beynəlxalq təcrübə

Dünyada idman turizminin daha da inkişafı üçün müəyyən qurumlar və təşkilatlar fəaliyyət göstərir. Bu təşkilatlar arasında bəziləri mənfəətsiz çalışır, bəziləri isə iqtisadi xeyir gətirmək üçün işləyir. Mənfəətsiz fəaliyyət göstərən qurumlardan biri də İdman Komissiyalarının Milli Assosiasiyasıdır. Assosiasiya idman komissiyalarının, idman turizminin destinasiyalarının, idman tədbirlərinin ev sahiblərinin və idman sənayesinin əməkdaşlarının ən önəmli resursudur. Təşkilat hesab edir ki, idman turizmi və idman tədbirləri cəmiyyətin sosial və mədəni yüksəlişinə təkan verir [28, səh. 18].

Bu günün ziyarətçisi ötən illərə nisbətən getdiyi yer haqqında daha çox məlumat ala bilir. Sürətli texnoloji dəyişikliklər ziyarətçiyə şəxsi səyahət ehtiyaclarını və arzularını daha yaxşı əldə etmək imkanı yaradır. Nəticədə, turistlərin ehtiyacları tamamilə dəyişdi. Belə ki, indi turistlər sadəcə getdikləri ölkələrdə səfər etmir, həmçinin, həmin ölkənin tarixi və mədəniyyəti ilə maraqlanır, alış-veriş edirlər. Destinasiyalar yeni bazar tələblərinə uyğunlaşmalı və bu tələbləri yerinə yetirmək üçün yeni iş modelləri və yenilikçi yanaşmalar qəbul etməli, eyni zamanda keyfiyyəti artıraraq turizm təcrübəsinin yaddaqalan olmasına imkan yaratmalıdır.

Beynəlxalq təcrübədə idman turizminin fəal səhələrindən biri də qış idman turizmidir. Xizəksürmə və snoubordinq kimi qarla bağlı fəaliyyətlər dünyada macəra və idman həvəskarları tərəfindən sevilən idman növləridir. Bir idman növü üzrə və ya müxtəlif idman yarışlarını əhatə edən milli və beynəlxalq idman yarışları il ərzində yaxşı şəraitə sahib olan kurortlarda keçirilir. Buna baxmayaraq, qarla əlaqəli idman fəaliyyətlərinin alternativ formaları, xüsusilə ailəvi və mədəni səyahətlər də daxil olmaqla niş bazarları əhatə edən destinasiyalarda artmaqdadır. Mədəni və macəra turizmi ilə bağlı elementlər kənd ərazilərində daha önəmli çəkici amillərə çevrilmiş və eyni zamanda bir yerdən başqa bir yerə getmək üçün səyahətçilərin motivasiyasına təkan vermişdir [29, səh. 67].

Birləşmiş Millətlər və Ümumdünya Turizm Təşkilatının Beynəlxalq Turizm və Qar Mədəniyyəti Konfransı qar oyunları təcrübəsi və qış turizmi anlayışları ilə əlaqədar turizmin davamlı inkişafı və təbliğatı üçün müsbət nəticələri müzakirə etmək üçün bir platforma təmin edərək İnkişaf üçün Davamlı Turizmin Beynəlxalq İlinin hədəflərinə töhfələr vermək məqsədi daşıyır [14].

İnkişaf üçün Davamlı Turizmin Beynəlxalq İlinin hədəflərinə daxildir [15]:

- Mövcud tendensiyaları və dəyişmə tələblərini daha yaxşı başa düşməyə kömək edir (məsələn, turizm sahəsində yeni məhsulların inkişafı);
- Qış turizmini həyata keçirtmək üçün əlverişli destinasiyalarda birbaşa və ya dolayı yolla yaranan çətinlikləri azaltmaq üçün proaktiv yanaşmaların müzakirə edilməsi (məsələn, iqlim dəyişikliyi, infrastrukturun ehtiyacları, davamlı siyasət və mövsüm problemləri);
- Yerli icmaları canlandırmaq üçün bir vasitə kimi davamlı qış turizmini inkişaf etdirmək üçün təcrübələrin nəzərdən keçirilməsi;
- İnvestisiya imkanları və dövlətlərin özəl tərəfdaşlıq məsələləri ilə bağlı biznes müzakirələrini özündə ehtiva edən platformanı təmin etmək;
- Qış turizmi destinasiyalarında davamlı idarəetmə planlarını inkişaf etdirmək məqsədilə mərkəzi və yerli rəhbərliklər və turistləri qəbul edən icmalar arasında əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsi yollarının müəyyənləşdirilməsi;
- Qar turizmi destinasiyaları brendləşdirmək və qış turizm təcrübələrini irəli çəkmək üçün yolların müəyyənləşdirilməsi.

Dünya miqyasında idman turizmin inkişaf etdirilməsi üçün təşkil olunan beynəlxalq konfranslardan biri də Andorrada təşkil olunmuş Birləşmiş Millətlərin Ümumdünya Turizm Təşkilatının Dünya Qar və Dağ Turizmi Konqresi idi. Konqresin təşkil olunmasının əsas məqsədi son illərdə idman həvəskarlarının daha çox üstünlük verdiyi dağ və qar idman turizminin inkişaf etdirilməsi üçün yeni istiqamətlərin müəyyənləşdirilməsidir. Qış idman turizmini təşkil etmək potensialı olan ölkələr iqtisadiyyatlarını gücləndirmək və ölkəni idman turizmi brendinə çevirmək üçün bu idman növlərinə üstünlük verirlər. Konfransda bu ölkələrə yardım

etmək üçün müzakirələr aparılmışdır. Konqres bu mövzuda təşkil edilmiş sayca doqquzuncu konfrans idi. Ümumdünya Turizm Təşkilatının və Andorra hökumətinin birgə əməkdaşlığı ilə San-Juliya-de-Loriya şəhərində təşkil olunmuşdur [16].

Beynəlxalq təcrübədə idman turizminin davamlı inkişafı ən önəmli hədəflərdən biridir. Davamlı inkişaf mübahisəli anlayışdır. Bəzi insanlar davamlı inkişafın prinsiplərini dəstəkləmədiklərini bildirsələr də, ümumi anlayışı universal olaraq qəbul edilmişdir. Ətraf-mühitə və İnkişaf üzrə Dünya Komissiyası davamlı inkişafı “gələcək nəsillərin öz ehtiyaclarını ödəmək qabiliyyətinə təsir etmədən hazırkı ehtiyaclarına cavab verən inkişaf” kimi təsnif edir.(sport tourism development) İdman turizminin davamlı inkişafı dedik də isə idmanın ölkələrin mədəniyyətlərinin ifadəsi kimi, həmçinin, idmanın ətraf-mühitə olan təsirləri göstərilir [34, səh. 66].

Davamlı turizm və davamlı inkişaf arasında fərq var. Davamlı turizm “müəyyən bir ərazidə və ya destinasiyada davamlı olaraq mövcudluğunu qoruyub saxlayan turizmdir”. Turizmin davamlı inkişafı müəyyən bir ərazidə və ya destinasiyada insanlara və ətraf-mühitə zərər vermədən davamlı mövcudluğudur. Belə ki, turizmin davamlı inkişafında mədəni və fiziki ətraf-mühitin qorunması ən önəmli hədəflərdən biridir [33, səh. 6].

Davamlı idman turizminin nailiyyətləri sosial məqsədlər, iqtisadi hədəflər və ətraf-mühitə hədəfləri arasında balans tələb edir. İdman turizminin sağlam iqtisadiyyatı cəmiyyətin sosial ölçüsünü nəzərə almalı və daima dəstəkləməlidir. Həmçinin, idman turizmi fəaliyyətlərin bir çox növlərində özünü göstərən ətraf-mühitin mühafizəsində də tənzimləmələr aparmalıdır. Əlavə olaraq, idman turizminin sosial-mədəni təcrübələri təbii ətraf-mühitə münasibətdə pozitiv tərəflərini göstərməlidir. Lakin bu heç də zəmanət vermir ki, idman və turizm arasında əlaqə hər zaman pozitiv olacaqdır. Müsbət nəticə əldə etmək üçün idman menecerləri sonrakı nəticələrin təsirləri əvvəlcədən müzakirə etməlidirlər [24, səh. 8].

Birləşmiş Millətlərin Ümumdünya Turizm Təşkilatının baş katibi Talib Rifayi qeyd etdi: “Qar və dağ turizmi məhsul təkliflərinin müxtəlifliliyinin əhəmiyyətini əks etdirən destinasiyaların imkanlarını özündə ehtiva edən aparıcı segmentdir”. “Biz

turizm anlayışını daha geniş anlamda- sosial bir məfhum kimi başa düşürük. Biz qış aylarında dünyanın bütün mədəniyyətlərindən və bölgələrindən gələn turistləri qəbul edən Andorra əhalisini bu sahəyə təşviq edəcəyik”, - deyə Andorranın Baş Naziri Antoni Marti bildirmişdir. Konqresdə müzakirə olunan əsas məsələlərə iqtisadi davamlılıq, texnologiyanın inkişafının idman turizmində yeri, idman turizmi ilə bağlı tədbirlər və daha çox insanın bu sahəyə təşviq edilməsi kimi hədəflər daxil idi. Müzakirənin ilk günü idman hadisələrinin təqdimat vasitəsi kimi tətbiqlərinə yönəldilmişdir. Bu baxımdan, Andorranın Turizm və Ticarət naziri Franses Kamp elit idmançılar üçün yüksək performanslı yüksəklikdə təhsil mərkəzi yaradılacağını açıqladı [15].

Beynəlxalq təcrübədə idman turizminin inkişafı üçün imkanlar daima yenilənir. Menecerlər müxtəlif idman tədbirləri, fəaliyyətləri və nostalji təzahürlər vasitəsilə idman turizminin inkişafına zəmin verə bilirlər. Planlaşdırma idman turizminin məhsul və xidmətlərinin yenidən dizayn edilməsinə və yaradılmasına kömək etməklə bərabər idman turizminin funksiyalarında biri olan ətraf-mühitə birbaşa və dolayı yolla təsir edəcəkdir.

Beynəlxalq təcrübədə daha çox idman həvəskarlarını idman turizminə cəlb etmək üçün idman tikilələrinin interyerinə və eksteryerinə çox önəm verirlər. Yarışları izləmək üçün dünyanın müxtəlif məkanlarından gələn turistlər xərclədikləri pula layiq performans görmək istəyirlər. İdman brendi kimi Barselona şəhərinə səfər edənlər əsasən futbol yonları izləməyə gəlirlər. Gələn turistləri məmnun etmək üçün Barselonada çox sayda futbol məkanları və futbol meydançaları var. Barselonanın idman brendi kimi tanınması demək olar ki, İspaniya iqtisadiyyatının ən böyük uğurlarından biridir. 1992-ci ildə Olimpiya Oyunları ev sahibliyi edəndən sonra şəhər rəsmi olaraq idman şəhərinə çevrildi. Təkcə futbol deyil, həmçinin, qolf, üzgüçülük, velosiped sürmə və bir sıra başqa idamn növlərini seyr etmək istəyənlər Barselonaya üz tuturlar. Barselonada gələn idman turistlərini cəlb etmək idman abidələri, muzeylər və başqa məkanlar mövcuddur. Əlverişli qilim şəraiti, günəşli günlərin sayının çox olması da şəhərin idman turizmi potensialının artmasına imkan yaradır.

Statistik göstəricilərə əsasən 2010-cu ildə Barselonaya 7.3 milyon turist gəlmiş və bu nəticələrə əsasən Avropadakı dördüncü ən böyük cazibədar şəhər kimi sıralanmışdır. 2016-cı ildə isə bu rəqəm artaraq 9 milyon olmuşdur. Barselonanın regiondakı turizm təsiri onu İspaniya ərazisindən beynəlxalq turistlərin ən çox ziyarət etdiyi şəhər edir [17].

Dünya üzrə ən çox sevilən idman növünün futbol olduğunu nəzərə alaraq idman turizminin də futbolun yerini qeyd etmək lazımdır. Futbol oyunlarını izləmək üçün milyonlarla azarkeş il ərzində səyahət edir. Birləşmiş Krallıq dünyanın ən məşhur turist destinasiyalarından biridir, bura gələn turistlərin əksəriyyəti idman oyunları ziyarət etmək üçün gəlir. Futbol oyunları 16-cı əsrdən oynanılır və Futbol Assosiasiyası 1863-cü ildə qaydaları tərtib etmişdir. Visit Britain saytının məlumatlarına görə Britaniyaya gələn turistlərin əksəriyyəti futbol oyunlarını izləməyə gəlir. İngilis Premyer Liqasının oyunları sənədləşdirilir, oyunlar 175-dən çox ölkədə nümayiş etdirilir [28, səh. 12].

2014-cü ildə Beynəlxalq Ziyarətçilərin Milli Statistikasının araşdırmalarına görə 800000-dən çox turist futbol oyunlarını seyr etmək üçün gəlir və həmçinin, 40000-dən çox biznes məqsədləri üçün səyahət edən turist vaxt ayıraraq getdikləri ölkədə futbol oyunlarına tamaşa edirlər. 2014-cü ildə 800000 turistin oyunları canlı izləmək üçün İngiltərəyə gəlməsi təəccüblüdür. Statistikaya əsasən, bu göstərici 2010-cu ildə 50000-dən 7500000-nə qədər yüksəlmişdir. Turistlərin Britaniyaya səfər etməsinin əsas səbəbi idmanı seyr etməkdir, demək olar ki, onların dördü üçün futbol oyunlarına tamaşa edir. Britaniyaya futbolu izləmək üçün gələn turistlər əsasən İrlandiya, Norveç, İsveç, ABŞ və Niderlanddan gəlirlər. Turistlərin yaş qrupu əksər hallarda 24-34 aralığında olur [18].

2.3 İdman turizminin regional inkişafda rolunun qiymətləndirilməsi

Azərbaycanda regional turizmin idman turizmi bazarında xüsusi mərkəzlərdən birinə çevrilməsi ölkənin iqtisadi həyatında ən önəmli addımlardan biridir.

Regionların iqtisadi inkişafı daima dövlət nəzarəti altında saxlanılır. Məlumdur ki, regionların sosial cəhətdən inkişaf etməsi üçün onun iqtisadi inkişafı tələb olunur. İqtisadi cəhətdən təmin olunmuş regionlar daha çox turist cəlb etmə bacarığına sahib olurlar. Bölgələrdə sosial infrastruktur layihələri əsasən turizmin maraqlarına uyğun hazırlanılır [6, səh. 174].

Azərbaycanda regional turizmin inkişafı üçün mütəmadi olaraq dövlət strategiyaları və dövlət proqramları təmin olunur. Bu kimi proqramlardan biri ölkə başçısının 2010-cu ildə imzaladığı “Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə turizmin inkişafına dair Dövlət Proqramı”dır. Dövlət proqramında ölkənin bütün regionlarında turizmin səmərəli inkişafı üçün müəyyən məqsəd və vəzifələr, həmçinin, müxtəlif fəaliyyət istiqamətləri təyin olunmuşdur [12, səh. 431].

Azərbaycanın regionlarında idman turizm fəaliyyətlərinin keçirilməsi həm coğrafi, həm də iqtisadi olaraq əlverişli şərait mövcuddur. Müasir dövrdə idman turistlərinin daha çox üstünlük verdiyi ekstremal idman növlərinə həsr olunmuş yarışların təşkili üçün əlverişli bölgələrimiz çoxdur. Ekstremal idman növlərinin keçirilməsi üçün Qax, Quba, Qəbələ, Xaçmaz, İsmayıllı kimi rayonlarımızı misal göstərə bilərik. Bu rayonlarda mövcud olan təbii dağlıq şərait çətin və həyəcanlı idman növlərinin keçirilməsinə imkan yaradır. Regionların mövcud olan təbii-coğrafi şərait orada biznes və sahibkarlıq fəaliyyətinin inkişafına şərait yaradır. Turizm özü də bir iqtisadi sahə kimi regionlarda mövcud olan resursların iqtisadi dövriyyəyə cəlb olunmasının digər yollarını formalaşdırır. Coğrafi potensial kimi turizmin özünün də ərazi üzrə yerləşməsi, biznes fəaliyyətinin yaranması üçün potensial proqramları yaradır. Təbii-coğrafi amil kimi turizmin davamlı inkişaf konsepsiyası və ona uyğun olaraq hazırlanan proqramı bu sahənin iqtisadi olaraq əsaslandırılması üçün və, eləcə də, təbii-coğrafi potensialın turizm fəaliyyətində davamlılığının artırılmasına təsiri kimi dəyərləndirilir [10, səh. 61].

Azərbaycanın regionlarında idman turizminə dəstək vermək üçün təbii-coğrafi şəraitlə yanaşı mövcud infrastrukturun formalaşdırılması da vacibdir. Regionlarda mövcud olan infrastrukturunu möhkəmləndirmək üçün dövlət tərəfindən bir sıra

fəaliyyət planları hazırlanılır. Bölgələrdə yeni turizm massivlərinin salınması və otel şəbəkələrinin inkişafı da önəmli olan amillərdən biridir. Aktiv və passiv idman fəaliyyətlərində iştirak etmək üçün bölgələrə səfər edən turistlərin təhlükəsizliyi təmin edilməlidir. Nəqliyyat infrastrukturunun mövcudluğu, yerli xalqın xarici turistlərə qarşı etik davranışı və otel və mehmanxana şəbəkələrində olan standartlar turistlərin davranışlarına təsir edir. Bölgələrdə dünya standartlarına cavab verən binaların inşası, idman zallarının müasir avadanlıqlarla təchiz edilməsi idman turistlərinin məmnunluq səviyyəsini yüksəldir. 2000-ci ilin 3 fevralında Nazirlər Kabineti tərəfindən qəbul edilmiş “Bədən tərbiyəsi və idmanın inkişafına dair Dövlət Proqramı” regionlarda da idman fəaliyyətlərinin inkişafına töhfələr verir [8, səh. 19].

Azərbaycan Statistika Komitəsi iqtisadi rayonlar üzrə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayının statistik göstəricilərini təmin etmişdir .

Cədvəl 2.3.

İqtisadi rayonlar üzrə qəbul edilmiş və göndərilmiş turistlərin sayı, cəmi.

İqtisadi rayonlar		
	2015	2016
Ölkə üzrə - c ə m i	61,965	53,999
Bakı şəhəri	47,212	40,550
Abşeron iqtisadi rayonu	310	34
o cümlədən:		
Sumqayıt şəhəri	310	34
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	232	335
o cümlədən:		
Gəncə şəhəri	232	335
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	-	
o cümlədən:		-
Şəkirayonu	-	
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	-	

o cümlədən:	-	
Xaçmaz rayonu	-	
Quba rayonu	-	
Qusar rayonu	-	
Aran iqtisadi rayonu	1,445	192
o cümlədən:		
Yevlax rayonu	151	7
Mingəçevir şəhəri	1,294	185
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	-	
o cümlədən:		
Şamaxı rayonu	-	
Naxçıvan Muxtar Respublikası	12,766	90

Qeyd: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin 2017-ilə dair məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanılmışdır.

Yuxarıdan da göründüyü kimi ölkə ərazisində ümumi 2016-cı ildə səfər edən turistlərin sayı 2015-ci ildə səfər edən turistlərin sayının 87.14%-nə bərabərdir. Cədvələ nəzər salsaq görürük ki, Azərbaycanın şəhər və bölgələri arasında ən çox turist qəbul edən şəhər Bakıdır. Bakı şəhərində 2016-cı ildə səfər edən turistlərin sayı 2015-ci ildə səfər edən turistlərin sayının 85.88%-nə bərabərdir. Bu paxtaxtda mövcud olan infrastrukturun və tikililərin zənginliyi ilə izah edilə bilər. Bundan əlavə, şəhərin əhali sıxlığını və əhəlinin iqtisadi vəziyyəti də bu nəticələrə təsir göstərən amillərdəndir. Abşeron iqtisadi rayonunda 2016-cı ildə səfər edən turistlərin sayı 2015-ci ildə səfər edən turistlərin sayının 10.96%-nə bərabərdir. Regionlarda ölkə əhalisinin iqtisadi vəziyyəti nisbətən aşağı olduğu üçün əhali turizm fəaliyyətlərinə o qədər də qoşula bilmir. Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda 2016-cı ildə səfər edən turistlərin sayı 2015-ci ildə səfər edən turistlərin sayından 30.75% çoxdur. Aran iqtisadi rayonunda 2016-cı ildə səfər edən turistlərin sayı 2015-ci ildə səfər edən turistlərin sayının 13.28%-ni təşkil edir. Naxçıvan Muxtar Respublikası da ölkə

üzrə ən çox turist qəbul edən iqtisadi rayonlardan biridir. Naxçıvan Muxtar Respublikasında 2016-cı ildə səfər edən turistlərin sayı 2015-ci ildə səfər edən turistlərin sayının 0.70%-nə bərabərdir. Zəngin irsi və əlverişli coğrafi şəraiti burada ekstremal və dağ idman növlərinin, macəra turizminin inkişafına zəmin yaradır. Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonunda ekstremal, dağ və qış idman növlərinin təşkili üçün əlverişli şərait olsa da, bölgənin idman turizmi hələ tam inkişaf etməmişdir.

Məlumdur ki, dünya üzrə turizmə üstünlük verənlərin 10%-i ekstremal idman növlərini seçir. Əsasən gənc nəslin seçdiyi bu idman fəaliyyəti yenilik axtarışında olan və idmanda həyəcana üstünlük verən şəxslərin turların sevimli turizm sahəsidir. Təbiət abidələrinə həsr edilmiş səfərlər fiziki rekreasiya fəaliyyəti ilə əlaqədar olmaqla bərabər, idman səyahətlərinin təşkil edilməsi üçün də əlverişli şərait yaradır [8, səh. 7].

Azərbaycanda ekstremal idman növlərinin inkişafına töhfə vermək üçün Azərbaycan Hava və Ekstremal İdman növləri Federasiyası yaradılmışdır. Federasiya daxilində müxtəlif növ qış, su, dağ idman növlərini birləşdirir. 2005-ci ildə yaradılmışdır. Tərkibində 50 klub və təxminən 5000 idmançı qeydiyyatda alınıb. Federasiya Azərbaycanın bölgələrində idman tədbirlərinin keçirilməsinə də nəzarət edir [19].

Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi 2015-2016-cı illər üçün Azərbaycan Respublikasının iqtisadi rayonları üzrə müəssisələrin turizm fəaliyyətindən əldə etdikləri gəlirin statistik göstəriciləri qeyd edilmişdir.

Cədvəl 2.4.

İqtisadi rayonlar üzrə müəssisələrin turizm fəaliyyətindən əldə etdikləri gəlir.

İqtisadi rayonlar	2015	2016
Ölkə üzrə cəmi	35,079.6	34 834,2
Bakı şəhəri	28,040.6	26 872,4
Abşeron iqtisadi rayonu	68.5	614.8
o cümlədən:		

Abşeron rayonu		599.3
Sumqayıt şəhəri	68.5	15.5
Gəncə-Qazax iqtisadi rayonu	130.4	218.8
o cümlədən:		
Gəncə şəhəri	73.6	124.2
Tovuz rayonu	56.8	94.5
Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonu	-	-
o cümlədən:	-	-
Şəkirayonu	-	-
Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonu	-	-
o cümlədən:	-	-
Xaçmaz rayonu	-	-
Quba rayonu	-	-
Qusar rayonu	-	-
Aran iqtisadi rayonu	31.5	17
o cümlədən:		-
Yevlax rayonu	23	5.4
Mingəçevir şəhəri	8.5	11.6
Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu	-	2.2
o cümlədən:	-	
Şamaxı rayonu	-	2.2
Naxçıvan Muxtar Respublikası	6,808.6	7 109,0

Qeyd: Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsinin 2017-ilə dair məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanılmışdır.

Cədvəldən göründüyü kimi ölkə ərazisində 2016-cı ildə turizmdən əldə edilən gəlir 2015-ci ilin 99.3%-nə bərabərdir. Bakı şəhərində 2016-cı ildə müəssisələrin turizmdən əldə etdiyi gəlir 2015-ci ilin nəticələrinin 95.83%-nə bərabərdir. Abşeron iqtisadi rayonunda müəssisələrin 2016-cı ilfə turizmdən əldə etdiyi gəlir 2015-ci ilin nəticələrindən 88.79% çoxdur. Gəncə-Qazax iqtisadi rayonunda 2016-cı ildə turizm

müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir 2015-ci ilin göstəricilərindən 40.64% çoxdur. Statiski Komitəsinin məlumatlarında Şəki-Zaqatala və Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonlarının 2015 və 2016-cı ilə dair tərtib etdiyi cədvəldə müəssisələrin turizmdən əldə etdiyi hesablanılmamışdır. Aran iqtisadi rayonunun 2016-cı ildə turizm müəssisələrinin əldə etdiyi gəlir 2015-ci ilin göstəricilərinin 54.83%-ni təşkil edir. Naxçıvan Muxtar Respublikasının müəssisələrinin 2016-cı ildə turizmdən əldə etdiyi gəlir 2015-ci ilin göstəricilərindən 4.23% çoxdur.

Azərbaycanın regionlarında arasında idman turizminin keçirilməsi üçün əlverişli coğrafi şərait əsasən dağlıq zonələrdədir. Burada dağ massivləri, qayalıqlar və bir sıra başqa resurslar dağ və macəra idman turizminin təşkilinə zəmin yaradır. Lakin regionların infrastrukturundakı çatışmazlıqlar burada beynəlxalq səviyyəli idman oyunlarının keçirilməsinə imkan vermir. Ölkədə iqtisadiyyatın regional strukturu ilk olaraq Abşeron iqtisadi rayonu ilə müqayisədə başqa regionların inkişaf səviyyəsinin göstəricisi nəzərdə tutulur [2, səh. 16].

Regionlarda turizmin inkişaf etdirilməsi regionların infrastrukturunun irəli çəkilməsinə və yenidən qurulmasına da təsir edəcəkdir. Turistlərin bölgəyə gəlməsi bu zonanın əhalisinin öz yerli istehsal və kənd təsərrüfatı məhsullarını satmasına kömək edəcək. Həmçinin, turistlərin çox səfər etdiyi rayonlara xarici investisiya şirkətlərinin marağı da artacaqdır. Bu şirkətlər belə bölgələrdə otellər və digər turizm məkanları açmaqla yerli əhalinin də işlə təmin olunmasına kömək edəcək. Əhalinin işlə təmin olunması onların kütləvi şəkildə iş yeri tapmaq üçün şəhərə köçməsinin də qarşısını alacaq və regionların iqtisadi inkişafına dəstək olacaqdır [6, səh. 177].

Azərbaycanın bölgələrində idman turizminin müxtəlif növlərinin həyata keçirilməsi əlverişli şəraitin olduğu bölgələrdə idman yarışları təşkil edilir. Quba-Xaçmaz zonasında qış idman növlərinin təşkili üçün mövcud infrastruktur nəzərə alaraq burada turistlərin maraq dairəsində olan müxtəlif səpkili idman yarışları proqramları hazırlanılır. Bu iqtisadi rayon Azərbaycanın şimal-şərq hissəsində yerləşir. Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunun ərazisində Böyük Qafqaz sıra dağlarının qar və buzlaq suları ilə qidalanan çay şəbəkəsi mövcuddur. Böyük Qafqazın

Azərbaycan Respublikasına aid olan ərazisində yerləşmiş Şahdağ Milli Parkı da bu iqtisadi rayona məxsusdur və ümumi sahəsi 115895 ha-dır. Şahdağ Milli Parkında qış idman turizmi oyunlarının təşkili üçün şərait mövcuddur. Qar və qış idman növləri üçün ölkəyə səfər edən turistlər əsasən Tufandağ və Şahdağ kurort zonalarını seçirlər [5, səh. 237].

Dağlıq Şirvan iqtisadi rayonu dağların əhatəsində yerləşir. Bu iqtisadi rayonun ərazisində ekstremal dağ idman növlərinin təşkil edilməsi üçün bir-birindən fərqlənən yüksək dağlıq qurşaqlar mövcuddur. Yüksək dağlıq qurşağın böyük hissəsi İsmayilli rayonunun şimal hissələrini əhatə edir. Rayondakı ən yüksək zirvə isə 3629 m olan Babadağ zirvəsidir. Bu zirvənin ərazisində dik yamaclar, sıldırım qayalar, keçilməz erozion dərələr, sürüşmələr və s. Kimi təbii sərvətlər dağ idman turizmi növlərinin təşkili üçün potensial təbii resurslardır [12, səh. 270-271].

Azərbaycanın bölgələrində idman turizminin müxtəlif növlərinin həyata keçirilməsi əlverişli şəraitin olduğu bölgələrdə idman yarışları təşkil edilir. Quba-Xaçmaz zonasında qış idman növlərinin təşkili üçün mövcud infrastrukturunu nəzərə alaraq burada turistlərin maraq dairəsində olan müxtəlif səpkili idman yarışları proqramları hazırlanılır. Bu iqtisadi rayon Azərbaycanın şimal-şərq hissəsində yerləşir. Burada iqtisadi və sosial cəhətdən ən çox inkişaf edən rayon Qubadır. Quba rayonunun sürətli inkişafı buraya gələn turistlərin məmnunluğunu qazanılmasına töhfə verir. Quba-Xaçmaz iqtisadi rayonunun nəqliyyat sistemi də inkişaf edib. Bölgədə müasir dəmir və avtomobil yollarının mövcudluğu gələn turistlərin rahat və təhlükəsiz hərəkət etməsinə yardımçı olur [10, səh. 123].

III FƏSİL. İDMAN TURİZMİNİN İNKİŞAFINDA DÖVLƏT SİYASƏTİNİN ƏSAS İSTİQAMƏTLƏRİ

3.1 İdman turizmi davamlı turizmin inkişaf faktoru kimi

Müasir dövrdə turizmin inkişafı ölkədə dövlət siyasətinin ayrılmaz hissəsi olaraq iqtisadi inkişafın və dayanıqlılığın önəmli faktoru kimi önə çəkilir. Ölkənin sahib olduğu turizm resurslarını səmərəli şəkildə istifadə etmək üçün bir sıra dövlət proqramları təsis edilir. Respublikanın müstəqilliyini qazandığı ilk illərdən bu sahə iqtisadiyyatın ayrılmaz bir parçasıdır. Turizmin inkişaf tendensiyası ilk növbədə ölkənin ali qanunvericilik aktlarında öz əksini tapmışdır. 1999-cu ildə Milli Məclisdə “Turizm haqqında” qanun hazırlanmış, bundan sonra isə həmin ilin iyul ayının 27-də isə ölkənin o dövrdəki rəhbəri Heydər Əliyev “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun hazırlanması haqqında” fərman imzalamışdır.

Yenicə müstəqilliyini əldə edən Azərbaycan Respublikasının üzv olduğu beynəlxalq səviyyəli turizm tədbirlərindən biri də Ümumdünya Turizm Təşkilatının on dördüncü Baş Assambleyasıdır. Bu tədbir 2001-ci il 25 sentyabrda Cənubi Koreya Respublikasının paytaxtı olan Seul şəhərində həyata keçirilmişdir. Azərbaycanın belə bir mötəbər turizm tədbirinə qatılması böyük hadisə idi və ölkə turizminin beynəlxalq turizm fəaliyyətlərinə daxil edilməsinə töhfə verdi. Əlavə olaraq, Azərbaycanın əlverişli turizm potensialı özündə birləşdirən ilk xüsusi disk olan “Welcome to Azerbaijan” hazırlanaraq ÜTT-nin Baş Assambleyasına təqdim olundu [2].

Azərbaycanın mövcud olan zəngin turizm potensialını dünyanın diqqətinə çatdırmaq, xarici turizm şirkətlərini və otel şəbəkələrini ölkəyə cəlb etmək, mötəbər səviyyəli idman tədbirlərinə ev sahibliyi etmək və ölkəyə yeni idman turistlərinin axınını təmin etmək üçün ölkənin sahib olduğu zəngin turizm potensialını tanıtmmaq mühümdür. İnformasiya və telekommunikasiya əsri olan XXI əsrdə həyatımızın bütün mərhələsi texnologiyadan asılıdır. Turistlərin səfər edəcəkləri əraziləri internet

vasitəsilə araşdırdığını nəzərə alsaq qeyd edə bilərik ki, Azərbaycanın turizm imkanları əhatə edən saytların tərtibi yeni turistləri ölkəyə cəlb edəcəkdir. Bu gün Azərbaycanda turizm potensialı özündə cəmləşdirən bir sıra rəsmi internet saytları mövcuddur. Bunlardan biri də 2002-ci ildə tərtib edilən www.azerbaijantourism.az saytıdır.

Ölkəyə xarici turizm şirkətlərini cəlb etmək üçün turizm sərgiləri təşkil olunur. Sərgilərdə yerli və xarici turizm şirkətləri iştirak edir. 2002-ci ildə Azərbaycanda bir sıra yerli və xarici turizm şirkətlərinin otel şəbəkələrinin iştirak etdiyi Beynəlxalq Turizm Sərgisi keçirilmişdir. Bu hadisədən sonra bir sıra səviyyəli dünya şirkətlərinin nəzəri əlverişli turizm potensialına sahib olan Azərbaycana yönəldi.

Azərbaycanda turizm xidmətlərini daha da asanlaşdırmaq üçün turoperator və turagentliklər fəaliyyət göstərir. İdman fəaliyyətinə qatılmaq istəyən yerli və xarici turistlər turpaket sifariş etməklə ölkənin müxtəlif regionlarında təşkil olunan idman fəaliyyətlərində iştirak edə bilərlər. Turpaketlərin qiymətləri xidmət səviyyəsinə görə dəyişir. Azərbaycanda yüksək səviyyəli turlar təşkil edən “Azerbaijan Tourism” LLC 2010-cu ildə təsis edilmişdir [20].

Aktiv idman fəaliyyətlərinə qoşulmaq istəyən turistlər Quba, Xaçmaz, Qəbələ, Naxçıvan kimi bölgələrə üstünlük verirlər. Quba və Qəbələdə qış və qar idman növlərinin təşkili üçün komplekslər inşa edilmişdir. Qubada yerləşən Şahdağ idman kompleksi Azərbaycanın ən məşhur komplekslərindən biri olaraq yerli turistlərin də sevimli məkanıdır. Kompleksin ərazisində lüks otel və mehmanxanalar, yemək və iaşə obyektləri, eləcə də, əyləncə məkanları fəaliyyət göstərir. Şahdağ idman kompleksində xizəksürmə və bir sıra başqa qış və qar idman növlərindən yararlanmaq üçün imkanlar mövcuddur. Kompleks Müstəqil Dövlətlər Birliyinin ən böyük idman komplekslərindən biridir. Burada yerləşən otellər öz dəbdəbəli görünüşü ilə diqqət çəkir. Eyni zamanda 5000 insan bu kompleksdə idman fəaliyyətləri ilə məşğul ola bilər.

Ölkəyə səfər edən idman turistlərinin heç də hamısı aktiv turizm fəaliyyəti ilə məşğul olmur. Bəzi idman turistləri səyahət etdikləri ölkəyə öz idman komandalarına

və ya idmançılara azarkeşlik etmək üçün gedirlər. Bakı 2015 Avropa Oyunları zamanı idmançıları dəstəkləmək üçün xeyli sayda azarkeş Azərbaycana səfər etmişdir. Passiv turizm fəaliyyətlərində iştirak edənlər adətən səyahət etdikləri ölkənin mədəni həyatı ilə yaxından tanış olurlar. Azərbaycana səfər edən idman turistlərinin bir hissəsi nostalgiya idman turizminə qatılır.

Azərbaycanda hal-hazırda idman turizmində mövcud olan trendlər aşağıdakılardır:

1. Əməkdaşlıq
2. İnnovasiya
3. Çatdırılma
4. Təcrübələr
5. Yerli Mədəniyyət
6. Könüllülər
7. Hökumət
8. Rəqabət
9. Sosial Media
10. İrs

İdman turizmi fəaliyyətində əməkdaşlıq ən önəmli faktorlardan birincisidir. Dövlətlər bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqələr çərçivəsində idman fəaliyyətlərinə qoşulurlar. Azərbaycanda 2017-ci ildə təşkil edilən İslam Həmrəylik Oyunları zamanı İslam dövlətlərinin birliyi və həmrəyliyi nümayiş etdirildi. İnnovativ yeniliklər ölkənin idman turizminin beynəlxalq turizm bazarına inteqrasiyasına yardım edir. Turistlərin ölkəyə təhlükəsiz çatdırılması və ölkə daxilində təhlükəsizliyinin təmin edilməsi daima dövlətin nəzarəti altında olmalıdır. Yerli əhəlinin davranışlarının da turizmə təsiri böyükdür. Səfər edən turistlərə qarşı bəzi hallarda zorakılıq, mənəvi və psixoloji təsirlər göstərilməsi turizm bazarında ölkənin mənfi imicinin yaranmasına gətirib çıxarır.

İdman tədbirlərinin təşkili zamanı könüllülərin rolu danılmazdır. Bakıda təşkil olunan idman yarışlarında, xüsusilə də, Bakı 2015 Avropa Oyunlarında könüllərin

köməyi nəticəsində uğurlu nəticələr əldə edilmişdir. Gənclərdə idmana qarşı belə həvəsin olması Azərbaycanda gənclər arasında idmana və bədən tərbiyəsinə göstərilə qayğının nəticəsidir. Bakı Avropa oyunlarında iştirak edən könüllülər sertifikat ilə təmin edilmişdir. Formula 1 oyunları zamanı da könüllülərin xidmətlərindən istifadə edilir. Könüllülər iş təcrübəsi topladıqdan sonra professional idman fəaliyyətlərinə qoşulmağa can atırlar.

İdman turizminin inkişaf etdirilməsində dövlətin özünün də rolu böyükdür. Müstəqilliyimizi qazandığımız ilk illərdən idman ölkənin sosial həyatının ayrılmaz parçasına çevrilmişdir. Dövlət rəhbəri tərəfindən mütəmadi olaraq idmana dəstək vermək üçün dövlət proqramları tərtib edilir, yeni layihələr hazırlanılır və dövlət strategiyaları müəyyənləşdirilir. Regionlarda olimpiya kompleksləri inşa edilir və gənclər idmana cəlb olunurlar.

Ölkənin turizm sahəsində inkişafına dəstək verən amillərdən biri də rəqabətdir. Rəqabət mühitində dövlətlər turizm sahəsində öz fəaliyyətlərini daha da artırmaq üçün yeni idman layihələri üzərində işləyirlər. Rəqabət təkcə dövlətlər arasındadır deyil, eləcə də şirkətlər arasında mövcud olur. Yeni müştəri əldə etmək və mövcud olanları əldə saxlamaq üçün turizm şirkətləri daima üzərlərində işləyirlər.

İdman turizminin inkişaf etdirilməsi sosial media vasitələrinin rolu danılmazdır. Sosial media vasitələri artıq bütün dünyanı öz əhatəsinə almışdır. Ölkə ərazisində təşkil edilən idman tədbirlərinin və idman yarışlarını daimi olaraq sosial media vasitələrində işıqlandırılması yeni turistləri ölkəyə cəlb edir. Sosial media vasitələrinin mənfi tərəfləri də vardır. Məsələn, idman yarışları zamanı baş verən xoşagəlməz hadisələr sosial media vasitələrində sürətlə yayılaraq ölkənin imicinə mənfi təsir göstərə bilər.

İdman turizminin inkişafına təkan verən ən son amil isə ölkənin sahib olduğu milli, mədəni, tarixi və coğrafi irsdir. Əlverişli təbii coğrafi şəraitdə yerləşən Azərbaycanda idmanın yarışlarının təşkili üçün potensial resurslar mövcuddur. Azərbaycanın qədim tarixi köklərə malik olması da turizmin inkişafına səbəb olan ən önəmli amillərdən biridir.

İdman turizmi ölkə daxilində hələ tam səviyyədə araşdırılmamışdır. Buna səbəb kimi onun yeni fəaliyyət sahəsi olduğunu göstərə bilərik. İdman turizminin daha da çiçəklənməsi üçün ilk öncə onun tədris proqramlarına salınmasının vacib olduğu hesab edilir. Bundan başqa əsasən yeniyetmə və gənclər arasında maarifləndirmə işlərinin aparılması labüddür. Bu kimi fəaliyyətlər həm gəncləri sağlam rəqabət meydanı olan idmana yönəldəcək, həm də ölkədə idman turizminin inkişaf etdirilməsinə töhfə verəcəkdir.

İdman turizminin inkişaf etdirilməsində kitabxanaların da rolu danılmazdır. Hər bir ölkənin vətəndaşlarının ən çox ziyarət etməli yer olduğu sayılan kitabxanaların turizmin təbliğində əvəzedilməz yeri vardır. Bu gün respublikamızın kitabxanalarında idman turizmi ilə əlaqədar çox az sayda materiala rast gəlmək mümkündür. İdman turizmi ilə əlaqədar elmi iş götürmək istəyən şagirdlər araşdırma zamanı çox sayda çətinliklərlə üz-üzə qalırlar. Belə hallarda tələbələr rus və xarici dillərdə olan ədəbiyyatları axtarmağa başlayırlar. Lakin bu sahədə olan kitab və məqalələrin ölkənin rəsmi danışiq dilində olması lazım olduğunu nəzərə alaraq gələcəkdə Azərbaycan kitabxanalarında bu problemlərin həll olması labüddür. Elm adamlarının və kitab müəlliflərinin diqqətini idman turizmi sahəsinə yönəltmək üçün müəyyən tədbirlərin həyata keçirilməsi və yeni dövlət proqramlarının işlənib hazırlanması ölkənin iqtisadi inkişafını dəstəkləyəcəkdir.

Azərbaycanda turizmi inkişaf etdirmək üçün hazırlanan dövlət proqramları öz unikalılığı ilə seçilir. Bu dövlət proqramları turizmin bütün sahələrini özündə əks etdirir. İdman turizminin hazırda ölkənin aparıcı turizm sahələrindən biri olduğunu nəzərə alaraq bu dövlət proqramlarının idman turizminə də müsbət təsirini görmək mümkündür.

2011-ci ildə ölkənin turizm strategiyasında əsas məqsəd qəbul edilən turist sayının artırılmasına nail olmaq idi. Bu sahədə Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin həyata keçirdiyi tədbirlərin nəticəsində Azərbaycana gələn turist sayı artmağa başladı. Azərbaycanda idmanın inkişafına dəstək vermək üçün Milli Olimpiya Komitəsi təsis edilmişdir. Komitənin əsası 1992-ci ildə qoyulmuşdur.

Azərbaycan Respublikasında keçiriləcək beynəlxalq yarışlar üçün mövcud infrastrukturunu daha da təkmilləşdirmək üçün ölkə prezidenti tərəfindən 2012-ci ilin 29 dekabr tarixli 800 nömrəli Fərmanı ilə qəbul edilmiş “Azərbaycan 2020: Gələcəyə baxış” İnkişaf Konsepsiyası”nda “2015-2018-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında bədən tərbiyəsi və idmanın inkişafı Dövlət Proqramı”-nın hazırlanaraq həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur [12, səh. 441.]

Ölkədə 29 aprel – 03 may tarixlərində Formula 1 oyunları təşkil olunacaqdır. Artıq 4-cü dəfədir ki, ölkə ərazisində təşkil olunan Formula 1 oyunlarının Qran-Pri mərhələsini izləməyə yüzlərlə azarkeş gələcəyi proqnozlaşdırılır.

Azərbaycanda idman turizminin inkişaf inkamlarının SWOT analizi aparılmışdır. SWOT analizində ölkənin idman turizminin güclü zəif tərəfləri, imkanları və təhdidləri təhlil edilmişdir.

Güclü tərəfləri:

- iqlim şəraiti ilə ərzində idman fəaliyyətinin keçirilməsi üçün əlverişlidir
- ölkənin təbii, tarixi və mədəni sərvətləri
- yerləşmə obyektlərinin keyfiyyəti və idman müəssisələrinin yeni olması
- idmançılara müəssisənin yaxınlığı və rahatlığı
- coğrafi mövqeyinə görə Avropadan və Asiyadan turistlərə yaxınlıq
- yüksək xidmət keyfiyyəti.

Zəif tərəfləri:

- bu sahədə rəqiblərimizə nisbətən yeni olmağımız və təcrübə azlığı
- infrastrukturda bəzi çatışmazlıqlar
- nəqliyyat xidmətlərində bəzi problemlər
- mütəşəkkil idman hadisələrinə tamaşaçı laqeydliyi
- effektiv təşviqat kampaniyalarının azlığı və marketinqin zəifliyi
- ixtisaslı əmək çatışmazlığı

İmkanları:

- idman turizminə marağı olan gənc nəsil

- idman növlərinin təşkili üçün resursların mövcudluğu
- viza şərtlərinin asanlaşdırılması
- Bakıda Beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinin təşkil edilməsi

Təhdidləri:

- resurslardan şüursuz istifadə
- ətraf mühitin dağılması və məhv edilməsi
- bəzi müəssisələrdə idman turistlərinə qarşı qeyri-etik davranış
- qiymətlərin yüksək olması
- rəqib ölkələrdə idman turizminə yatırılan investisiyalar

SWOT analizindən də göründüyü kimi ölkədə yeni yaranan turizm növü olan idman turizminin inkişafında hələ bəzi təhdidlər mövcuddur. Son illərdə ölkədə qəbul edilən dövlət proqramları bu təhdidlərin aradan qaldırılmasına yardım etsə də, hələ də həlli tapılmayan problemlər mövcuddur. Bütün bunları nəzərə alaraq qeyd edilməlidir ki, yaxın 10 ildə Azərbaycanın idman turizmi sahəsində fəaliyyəti dünyanın idman turizmində formalaşmış dövlətlərinin standartlarına uyğun olacaqdır.

3.2 İdman turizminin inkişafının stimullaşdırılması mexanizmləri

İdman turizminə göstərilən qayğı və diqqətin yüksək olması ölkənin iqtisadi səviyyəsinin yüksəlməsi ilə nəticələnir. Ölkəyə daxil olan yeni idman ziyarətçiləri özləri ilə yeni valyuta axını gətirir və getdikləri ölkədən məmnun qaldıqları halda daha çox insanın bu ölkəyə səfər etməsinə səbəb olurlar. İdman turizminin davamlı inkişafına nail olmaq üçün ölkə daxilindəki turizm şirkətlərini və turizm müəssisələrini stimullaşdırmaq, xarici turizm şirkətlərini ölkəyə cəlb etmək mühümdür. Müasir idman infrastrukturunun yaradılması da idmana göstərilən qayğının bir hissəsidir.

Azərbaycanda idman turizminin inkişafını stimullaşdırmaq üçün mövcud olan infrastrukturu daha da təkmilləşdirmək, idmanın və bədən tərbiyəsinin mövcud hüquqi bazasını müasir tələblər səviyyəsinə gətirmək, idmanın daha da kütləviləşdirilməsinə

nail olmaq, bu sahədə mühüm olan təşkilati, sosial, maliyyə və hüquqi tədbirləri dünya standartlarına uyğunlaşdırmaq tələb olunur.

İdmanın turizmlə qarşılıqlı əlaqəsi danılmazdır. Ölkənin idman siyasətinin inkişaf etdirilməsi onun turizminin davamlı inkişafına zəmin yaradır. İdmana dəstək vermək üçün yaşayış, iş yerlərində və istirahət məkanlarında idman hadisələrinin keçirilməsi və stimullaşdırılması daxili turistləri də idmana cəlb edəcəkdir. Bunun üçün həmin ərazilərdə idman zalları inşa edilməli və avadanlıqlarala təmin edilməlidir. Məktəblilərdə həvəs oyatmaq üçün müəyyən həvəsləndirici idman oyunları təşkil edilməlidir. İnsanlara idman turizminə cəlb etmək üçün təşviqat kampaniyaları və maarifləndirmə işləri də həyata keçirilməlidir.

İdman turizminin stimullaşdırılması üçün ölkə daxilində kadr hazırlığı və ixtisasartırma sistemi yaradılır. Kadr hazırlığı və ixtisasartırma sisteminin yaradılmasının əsas məqsədi ölkənin idman həyatında səmərəli struktunun yaradılmasıdır. Bu sistem yaradılarkən qabaqcıl dünya standartları nəzərə alınmalıdır. Həmçinin, kadr hazırlığı və ixtisasartırma sahəsində daha çox təcrübəsi olan dövlətlərlə məlumat mübadiləsi həyata keçirtmək də səmərəli nəticələr əldə etməyə yardımçı olur.

Ölkədə idman turizminin geniş şəkildə təbliğ edilməsi üçün idmanın elmi-metodiki təminatı böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bunun üçün turizmin idman turizmi növü ilə bağlı elmi araşdırmalar həyata keçirilməli və idman tədbirlərinin elmi nailiyyətləri təhlil edilməlidir. İdman turizminin stimullaşdırılmasında kütləvi informasiya vasitələrinin də rolu böyükdür. Azərbaycanda informasiya azadlığı

Azərbaycan Respublikasında idmanın inkişafı istiqmətində həyata keçirilən dövlət strategiyalarının nəticəsi olaraq son dörd ildə ölkə beynəlxalq səviyyəli idman yarışlarına ev sahibliyi etdi. Bu hadisənin həm ölkənin idman həyatı üçün, həm də xaricdə tanınması istiqamətində əhəmiyyəti böyükdür. İdman yarışları keçirilən zaman müxtəlif dövlətlərin rəsmi nümayəndələri idman tədbirlərini izləmək üçün ölkəyə səfər etdi, dünyanın bir sıra kütləvi informasiya vasitələri bu yarışları birbaşa olaraq yayımladı. Beləliklə Azərbaycan dünya mediasının diqqət mərkəzində oldu.

Ölkəyə yeni turist axını başladı. Azərbaycan idman turizminin inkişaf mərhələsinə qədəm qoydu. Xarici turizm şirkətləri zəngin təbii-coğrafi şəraitə, tarixi və mədəni irsa olan Azərbaycana investisiya yatırmağa meyl göstərdilər.

2015-ci ildə Azərbaycanın paytaxtı Bakı şəhərində möhtəşəm Avropa oyunları təşkil edilmişdir. Oyunlar 12 iyundan 28 iyuna qədər təşkil edilmişdir. Bu idman yarışları birinci dəfə Bakıda təşkil edilmişdir. Burada Avropada yerləşən 50-yə qədər ölkədən orta hesabla 10 min idmançı öz güclərini sınaqda. Oyunların bağlanış mərasimi də Bakı Olimpiya Stadionunda təşkil edilib.

Azərbaycanda idmana göstərilən qayğı danılmazdır. Bunu daha əvvəlki idman təcrübələrindən və gələcəkdə idman üçün nəzərdə tutulan dövlət strategiyalarından da açıq aydın müşahidə etmək mümkündür. Son üç il ərzində turistik dayanacaq kimi Azərbaycanı seçən turistlər hələ inkişafda olan idman turizminin böyüməsinə töhfələr vermişdilər. İdman turizmi özünün ən çiçəklənən dövrünü yaşayır. Oyunların təşkili zamanı paytaxtdan 11, regionlardan isə Mingəçevir şəhərindən 1 idman qurğusu işlədilib. 30 idman növü üzrə yarışlar təşkil edilib. Bu oyunlardan 24-ü Olimpiya, 6-sı isə qeyri-Olimpiya idmanı növüdür. Oyunlar ərzində iştirakçılar 253 dəst medal qazanmaq üçün yarışdılar. Oyunların açılış mərasimi dünyanın ən gözəl idman arenalarından və idman mərkəzlərindən biri hesab edilən Bakı Olimpiya Stadionunda həyata keçirilib. Mərasimi rəsmi şəkildə ölkə prezidenti İlham Əliyev açıq elan edib. Məşəli isə İlham Zəkiyev gətirib [21].

Avropa Oyunları zamanı inşa edilən Bakı Olimpiya Stadionu özü turistləri ölkəyə cəlb edən möhtəşəm bir məkandır. Dünyanın səviyyəli idman arenalarının standartlarına uyğun şəkildə inşa edilib və ölkə ərazisində ən böyük stadion hesab olunur. Tamamlanması 2015-ci ilin fevral ayına təsadüf edir. İdmansevər turistlərin gedəcəkləri ölkələrdə möhtəşəm idman tikililərin olmasının üstünlük verdiklərini nəzərə alarsaq belə bir gözəl binanın paytaxt Bakıda yerləşməsi gələn turistlərin məmnuniyyətlərini qazanmağa yardımçı olacaq.

Belə möhtəşəm oyunların təşkil edilməsinin Azərbaycan və paytaxt Bakı üçün idman turizminin inkişafında nə dərəcədə önəmli olduğu araşdırılmışdır. Məlum

məsələdir ki, ölkəyə gələn turist ilk olaraq ölkəyə özüylə birgə yeni valyuta gətirir. Avropa Oyunları zamanı dövlət büdcəsindən orta hesabla 1 milyard manat ayrıldığı qeyd edilir.

Avropa Oyunları vaxtı diqqəti çəkən ən önəmli hadisə könüllülərin iştirakı idi. Könüllülər əsasən universitet və kollec tələbələrindən ibarət idi. Bunun özünün də gənclərin diqqətinin idmana və idman turizminə yönəldilməsində rolu böyükdür. Könüllülər oyunların təşkil edilməsinə və həyata keçirilməsinə yardım edərək təşkilatçıların iş fəaliyyətlərini asanladırmaqla yanaşı, həm də turizm və idman sahəsində də öz bilik və bacarıqlarını artırdılar. Heç şübhəsiz deyil ki, gələcək zamanlarda ölkə daxilində təşkil edilən bir sıra beynəlxalq səviyyəli idman tədbirləri zamanı könüllülər artıq daha peşəkar fəaliyyət göstərə biləcəklər.

Bakıda Avropa oyunlarının keçirilməsi mötəbər bir hadisə idi. Cənubi Qafqazın günü-gündən çiçəklənən gənc dövlətinin belə bir hadisəyə əl atması bütün dünyanın və dünya turistlərinin müəyyən hissəsinin diqqətini Azərbaycana yönəltdi. Qeyd etmək lazımdır ki, bu cür tədbirlərin keçirilməsi ölkənin mənəvi inkişafına da təkan verir. Əvvəllər fərqli dövlətlərin daxili bazarları olan turizm indi global səviyyədə yayılaraq dünyanın bütün ölkələrini əhatə edən bir sistemə çevrilmişdir. Dünyada turizmin bazarının yaranması prosesi beynəlxalq turizmin də formalaşmasına gətirib çıxarır. Avropa Oyunları kimi mötəbər tədbirə ev sahibliyi edən Azərbaycan Respublikası da beləliklə beynəlxalq turizm münasibətlərinə qoşularaq dünya turizm bazarının bir hissəsini təşkil edir. Avropa Oyunlarından sonra ölkənin paytaxt və bölgələrinin iqtisadi, siyasi, sosial və mədəni inkişaf səviyyəsi yüksəlmişdir. Dünyanın aparıcı turizm şirkətlərinin hələ tam kəşf etmədiyi Azərbaycana maraq artmışdır.

Oyunlar təşkil edilərkən həm də qədim Oğuz eli olan Azərbaycanda idmanın nə səviyyədə inkişafı bütün dünyanın diqqət və nəzərində oldu. Azərbaycan idmançıları bu yarışda yüksək müvəffəqiyyətlər göstərdilər. Bu da təbii ki, ölkənin nüfuzunun dünya səviyyəsində inkişafına yardım edir. Bəziləri isə hesab edirlər ki, Avropa Oyunları Azərbaycan iqtisadiyyatına elə də müsbət təsir göstərməyib. Əldə olunan

sadəcə müvəqqəti iş yerləri, tikilən obyektlərdir. Bəzi iqtisadi ekspertlər oyunlardan sonra infrastruktur layihələrinin azalacağını və minlərlə insanların işsiz qalacağını qeyd edirlər.

Avropa Oyunlarından sonra Azərbaycanda iki digər beynəlxalq idman yarışları keçirildi. Bunlar Formula 1 və İslam oyunları yarışları idi. Formula 1 oyunları Beynəlxalq Avtomobil Federasiyasının yüksək səviyyəli avtomobil yarışlarıdır. Bu yarışların Azərbaycanda təşkil edilməsi Formula 1 həvəskarlarını Bakıya gətirdi. Oyunların idarə edilməsi zamanı könüllülərin rolu danılmazdır. İdman yarışlarına qatılmaq üçün ölkəyə səfər edən idmançılar və azarkeşlər müasirlik və qədimliyin vəhdətini mövcud olan Bakının gözəlliyinə valeh olurlar.

Turistlərin Azərbaycanı seçməsinin səbəblərindən biri də turizmde təhlükəsizliyin önəmidir. Azərbaycanda yaşayan vətəndaşların idman turizmində təhlükəsizliyə nə qədər önəm verdiyini araşdırmaq üçün sorğu keçirilmişdir. Sorğuda əsasən gənclər iştirak etmişdir. İştirakçıların çoxu ümumi təhlükəsizlik tədbirləri və ölkənin etibarlılığı barədə düşünürlər. Çünki turistlər nəticədə bir yerdən digərinə gedərək müəyyən müddətdə orada qalırlar. İnsanlar öz yaşadıkları yerdən digərinə səyahət məqsədilə getdikdə əsasən təhlükəsiz şərait axtarırlar.

Əgər təhlükəsiz şərait təmin etməyən məkanlar yüksək səviyyəli xidmət və məhsullar təklif etsə də, turistlər oraya getmək istəməyəcəklər. Yəni turistlər əsas ehtiyaclarından sonra təhlükəsizlik ehtiyaclarının təmin edilməsini tələb edirlər. İdman turizmində təhlükəsizlik məsələləri dövlətin öz üzərinə götürəcəyi və çalışacağı məsələ deyil. Bu zaman idman binalarının tikintisini həyata keçirən tikinti firmaları da ehtiyatlı olmalıdırlar [15, səh. 599].

Cədvəl 3.1.

İdman turizmində təhlükəsizlik anlayışı.

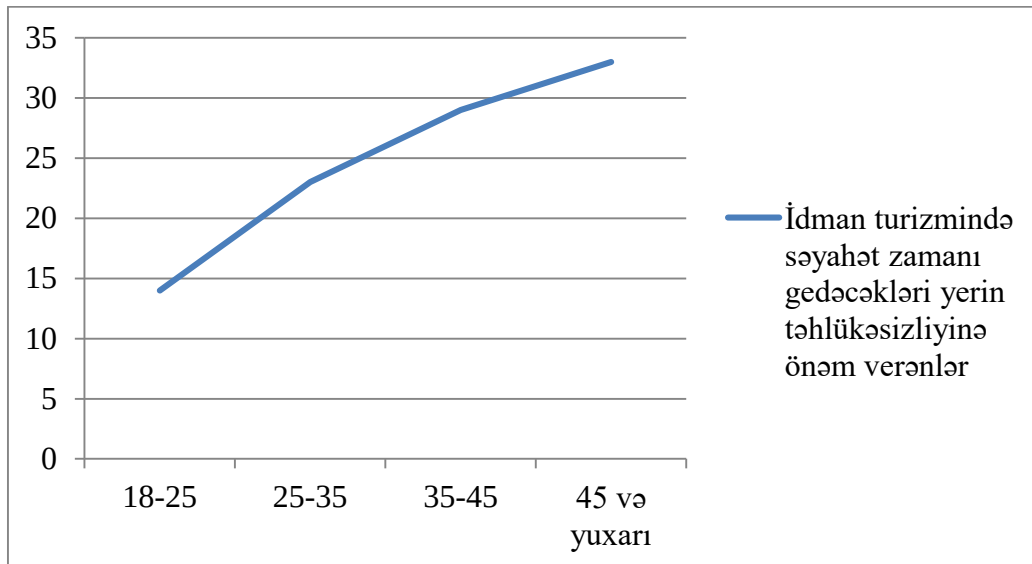
<i>İştirak edənlərin idman turizmi anlayışı</i>	<i>İştirakçıların sayı</i>
Ümumi təhlükəsizlik tədbirləri və ölkənin etibarlılığı	54 nəfər

İdmançıların təhlükəsizliyi üçün fiziki və psixoloji təhlükəsizlik tədbirləri	19 nəfər
Elə də mənası yoxdur	8 nəfər
Neqativ reklam və yanlış məlumatların qarşısını almaq üçün informasiya təhlükəsizliyi	7 nəfər
Nəqliyyat və fiziki mühitin təhlükəsizliyi	4 nəfər

Qeyd: Müəllifin tərtib etdiyi sorğu əsasında hazırlanılmışdır.

Sorğuda ümumi olaraq 101 nəfər respondent iştirak etmişdi. Onlarda 92 nəfər idman turizmində təhlükəsizlik anlayışı bəndini cavablandırmışdı. İştirakçıların 58.7 %-i hesab edir ki, idman turizmində təhlükəsizlik ölkənin ümumi təhlükəsizlik tədbirlərindən asılıdır. 20.7 % isə səyahət edəcəkləri ərazidə idmançıların təhlükəsizliyi üçün fiziki və psixoloji təhlükəsizlik tədbirlərinə üstünlük verirlər. 8.7 % iştirakçı isə səyahət zamanı təhlükəsizlik tədbirlərinə önəm vermədiyini qeyd etmişdir. Respondentlərin 7.6 %-i isə düşünür ki, idman səyahətləri zamanı gedəcəkləri ölkədə neqativ reklam və yanlış məlumatların qarşısını almaq üçün informasiya təhlükəsizliyi daha önəmlidir. Yalnız 4.43 % iştirakçı nəqliyyatın və fiziki mühitin təhlükəsizliyinə önəm verir.

Sorğunun nəticələrini analiz etmək üçün korrelyasiya analizindən istifadə edilmişdir. Korrelyasiya analizinin nəticəsi əsasında məlum olmuşdur ki, aparılan sorğunun iştirakçılarının yaş aralıqları ilə “İdman turizmində təhlükəsizlik önəmlidir” fikri ilə razı olan respondentlər arasında düz xəttli əlaqə mövcuddur. Yəni yaş artdıqca idman turizmində təhlükəsizliyə önəm verənlər artır. Korrelyasiya əmsalı 0.96794998-dır.



Diaqram 3.1 Aparılmış sorğuya əsasən “İdman turizmində təhlükəsizlik anlayışına” önəm verən respondentlərin nəticələri əsasında hazırlanılmışdır.

Qeyd: Diaqram anket sorğusunun cavablarına əsasən müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

3.3 İdman turizminin inkişafında dövlətin rolunun artırılması mexanizmləri

Azərbaycanda son illərdə idmanın inkişafı üçün atılan addımlar, yatırılan investisiyalar turizmin yeni formalaşmış qolu olan idman turizminin geniş yayılmasına təkan verir. Ölkə ərazisində keçirilən beynəlxalq və dünya səviyyəli yarış və çempionatlar turist axınına şərait yaradır.

1991-ci ildə Azərbaycan Respublikası müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra bir sıra sənaye sahələrində canlanma baş verdi. O dövrdə Azərbaycan Respublikasının rəhbəri olan Heydər Əliyev digər sahələrlə yanaşı idmanın və turizmin inkişafına da diqqət yetirmişdir. Həmin illərdə ölkədə idmanın maddi-texniki bazasının qurulması üçün fəaliyyətlər həyata keçirilirdi. Yeni idman kompleksləri yaradılmış, idman zalları inşa edilmiş, idman meydançaları salınmış və paytaxtda və regionlarda idman-sağlamlıq mərkəzləri təşkil edilmişdi.

Azərbaycan Respublikasının dövlət müstəqilliyini bərpa etdiyi ilk illərdə ölkədə bütün sahələrdə yaranan ideoloji, iqtisadi və siyasi böhran idmana da təsir göstərmişdi və bir müddət diqqətdən uzaqda qalmışdı. Bu zaman Sovet hakimiyyəti zamanında ölkədə məşhurlaşan və bir sıra beynəlxalq səviyyəli idman yarışlarında fəaliyyət göstərən idmançılar ölkəni tərk etməyə məcbur qalmışdılar. İdmanın belə zəif inkişafı idman turizminə də mənfi təsir göstərirdi. Ölkədə idmana qarşı olan diqqətin azalması, idman tədbirlərinin keçirilməsi nəticəsində idman turizmi inkişafdan qalmışdı.

Heydər Əliyev hakimiyyətə qayıtdıqdan sonra idman bir fəaliyyət sahəsi olaraq inkişafı dövlət siyasətinin prioritet sahələrindən birinə çevrildi, bu sahədə yüksəliş başladı. Azərbaycan Respublikası idman ölkəsi kimi beynəlxalq arenada tanınmağa başladı və yeni idman tədbirlərinə qoşuldu. İdmançıların qarşılaşdığı problemlərin həll edilməsi, idmançıların maddi rifahının artırılması, yeni idman yarışlarında iştirak etmələri üçün stimul verilməsi və ölkə daxilində yeni idman müəssisələrin inşa edilməsi və idman komplekslərinin salınması istiqamətində gələcək prioritetlər müəyyən edildi.

Heydər Əliyev 1993-cü ilin noyabr ayında beynəlxalq yarışlarda qələbə qazanan idmançılarla görüşlər keçirdi. 1994-cü ildə Gənclər və İdman Nazirliyi yaradıldı. 1995-ci ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Heydər Əliyevin imzaladığı fərmana əsasən ölkə əhalisi arasında sağlam yaşayış tərzinin irəli çəkilməsi, bu sahədə ümumxalq dəstəyinin təşkil edilməsi üçün gənclərin və yeniyetmələrin idmana marağını artırmaq, beləcə də, Azərbaycan daxilində idmanın beynəlxalq miqyasda çıxmasına şərait yaratmaq üçün Azərbaycan Prezidenti yanında fond yaradıldı [20].

İdman sahəsində baş verən dirçəliş idman turizminə də təsir göstərdi. Zaman-zaman ölkədə keçirilən bir sıra idman tədbirləri özü ilə ölkəyə kütləvi turist gətirdi. Paytaxtdan əlavə regionlarda infrastrukturun gücləndirilməsi xarici idman sevər turistlərdə ölkəyə olan marağı daha da artırdı.

Azərbaycanda hələ idman turizmi sahəsində daha çox işlər görmək labüddür. Bu gün ölkənin turizm sahəsində çatışmayan bir sıra tərəflər mövcuddur. İlk öncə idman tədbirlərində iştirak etmək üçün gələn idmançıların və azarkeşlərin şikayət və iradları nəzərdən keçirilməlidir. İdmanın kütləviləyinə nail olmaq, eləcə də, bədən tərbiyə və idmanı ölkə hüduqları daxilində təbliğ etmək, beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinə ev sahibliyi etmək və ölkəyə gələn idman ziyarətçilərinin sayını artırmaq üçün bu sahədə məsul olan dövlət qurumlarının işini stimullaşdırmaq üçün yeni dövlət strategiyaları hazırlanmalıdır. İdmanın davamlı inkişaf etdirilməsi üçün önəmli olan əsas dövlət strategiyalarına mövcud idman bazalarının təkmilləşdirilməsi, stadionların, idman zallarının, meydançaların inşa edilməsi, mövcud mərkəzlərin yenidən bərpa edilməsi və qorunması, idman müəssisələrinin zəruri avadanlıqlarla təchiz edilməsi, idman klublarının açılması, idman mütəxəssislərinin hazırlanması, ölkə birinciliklərinin və beynəlxalq tədbirlərin təşkil edilməsi, idman yarışlarında yüksək nəticə əldə edən idmançılara diqqət göstərilməsi, Azərbaycanda beynəlxalq yarışların təşkil edilməsi, gənclərin idmana cəlb edilməsi və s. kimi məsələlər daxildir.

2010-cu ildən sonra ölkədə idmanın inkişafı üçün həyata keçirilən mühüm tədbirlərin nəticəsi olaraq ölkədə səviyyəli idman tədbirləri keçirildi, ölkəyə daxil olan idman turistlərinin sayı nəzərəcarpacaq dərəcədə artdı. Ölkəyə daxil olan idman turistlərinin sayının artmasında dövlət mexanizmlərinin rolu da böyükdür. Azərbaycan Respublikasının son illərdə idmana və turizmə göstərdiyi qayğı nəticəsində bu gün Azərbaycan dünyanın turizm bazarında tanınan dövlətlərdən biridir. Mədəniyyət və Turizm Nazirliyinin idmanın və turizmin inkişafında gördüyü işlər nəticəsində dünyanın böyük turizm şirkətləri Azərbaycana investisiya yatırmağa maraq göstərirlər. Bundan başqa, Azərbaycanın turizm şirkətləri və turizm müəssisələri dünya miqyasında bir sıra idman turizmi tədbirlərinə qoşulurlar. Bu kimi addımlar Azərbaycanın dünyada tanınmasına və idmansevər turistlərin ölkəyə cəlb edilməsinə töhfə verir.

Regionlarda idman turizminin inkişaf etdirilməsinə stimül vermək üçün infrastrukturun inkişaf etdirilməsi önəmlidir. Turizm potensialı yüksək bölgələrdə və ya iqtisadi rayonlarda yol infrastrukturunun gücləndirilməsi, aeroportların inşa edilməsi, otel və mehmanxana sənayesinin formalaşdırılması ölkəyə idman üçün gələn ziyarətçilərdə turist razılığı yaradacaqdır. Regionlarda otel müəssisələrinin tikilməsi üçün biznes imkanları mövcuddur. Son illərdə Gəncə, Mingəçevir, Nabran, Qəbələ, Qusar və Qubada çox sayda otel inşa edilmişdir. Bu da öz növbəsində insanların işlə təmin edilməsi, əmək qüvvəsinin ölkədən kənara çıxmasındadır.

2017-ci ilin on ayı ərzində ölkəyə 2 milyondan çox xarici vətəndaş daxil olmuşdur. Turistlərin ölkəyə rahat daxil ola bilməsi üçün Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 20 fevral 2017-ci il tarixli sərəncamına uyğun olaraq əksər sərhədburaxılış məntəqələrində turistlərin rahat keçidi üçün xüsusi ayrılmış hərəkət zolaqlarının yaradılması və beləcə də müvafiq təşkilati işlər görülməsi müəyyənləşdirilmişdir.

İdman turizminin inkişaf etdirilməsi üçün həyata keçirilən dövlət mexanizmlərindən biri də yol xəritələrinin tərtib edilməsidir. Strateji yol xəritəsində 2020-ci ilədək ölkənin iqtisadi strategiyasını və tədbirlər planını, 2025-ci ilədək uzunmüddətli baxışı və 2025-ci ildən sonrakı müddət ərzində isə hədəflərini müəyyənləşdirir [20].

Azərbaycanda idman turizminin inkişafı üçün həyata keçirilən əsas iqtisamətlərdən biri də infrastruktur sahələrinin daha da təkmilləşdirilməsi və ölkənin müasir tələbatına uyğunlaşdırılmasıdır. Məlum olduğu kimi, idman turizmin inkişaf etdirilməsində daxili turistlərin rolu böyükdür. Ekoloji turizm, dağ turizmi, idman turizminin müxtəlif növlərinin daxilində kənd turizmi geniş yayılmışdır. İdman turizminin inkişafında həyata keçirilən infrastruktur layihələrinə dövlət büdcəsinin ayrılması nəticəsində son illərdə Azərbaycanda təşkil edilən Bakı 2015 Avropa oyunları, Formula 1 oyunları, İslam oyunlarının təşkil edilməsi minlərlə idman ziyarətçiləri ölkəyə daxil oldu və beləcə Azərbaycan dünyanın idman turizmi bazarında idman brendi kimi formalaşmağa başladı.

Azərbaycanda müasir dövrdə paytaxtın və regionların sosial və iqtisadi inkişafına dair Dövlət Proqramı daxilində həyata keçirilən işlər idman müəssisələrinin, istehsal sahələrinin və eləcə də, sosial infrastrukturun formalaşması sahəsində böyük dəyişikliklərə imza atdı.

İdman turizminin inkişaf etdirilməsi üçün həyata keçirilən dövlət mexanizmlərinin nəticəsi olaraq Avropa tarixində ilk olaraq keçirilən Avropa Oyunları məhz Azərbaycan Respublikasında keçirildi. Bu oyunların təşkil edilməsinin Azərbaycana həvalə edilməsi Avropanın və eləcə də Beynəlxalq Olimpiya hərəkatının ölkədə idmanın inkişaf etdirilməsinə göstərdiyi qayğını və əldə edilmiş nailiyyətləri yüksək qiymətləndirməsidir.

Paytaxt Bakı şəhərində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 19 aprel 2013-cü ildə imzaladığı sərəncama əsasən Azərbaycanda Olimpiya Hərəkatı və İdman muzeyinin tikintisinə başlanılmışdır. 2012-ci ildə 17 yaşınadək olan yeniyetmə qızlar arasında keçirilən futbol yarışlarının Avropa çempionatının final mərkələsinin ölkədə təşkil edilməsi də ölkəyə yeni idman ziyarətçilərini cəlb etdi. Bundan qısa zaman sonra 2016-cı ildə 17 yaşınadək yeniyetmə futbolçular arasında keçirilən Avropa çempionatının final mərhələsi də ölkəyə təşkil olundu. Ölkəyə yeni idman turistlərini cəlb etmək üçün 2020-ci ildə futbol üzrə Avropa çempionatı yarışlarının 3 qrup oyununun, eləcə də, 1 dördüdə bir final mərhələsinin Bakıda təşkil edilməsi üzrə ölkə daxilində həyata keçirilən fəaliyyətlər idman siyasətinin uğurlarındandır. Bu yarışların təşkil edilməsi ilə yeni turistlərin ölkəyə axını gözlənilir [22].

Azərbaycan Respublikasında qəbul edilən bütün dövlət strategiyaları və dövlət proqramlarının nəticəsində bu gün ölkədə idman turizmi özünün inkişaf mərhələsini yaşayır. Təkcə paytaxtda deyil, həmçinin, regionlarda da bu turizm sahəsinin inkişafına dəstək vermək üçün büdcədən maliyyə vəsaiti ayrılır və yeni layihələr təklif olunur.

Nəticə olaraq qeyd edilməlidir ki, Azərbaycanda idman turizminin inkişafı üçün potensial imkanlar mövcud olsa da, bu imkanlardan hələ tam istifadə edilməmişdir.

Turizmin ən gəlirli sahələrindən biri olan idman turizminin ölkə daxilində davamlı inkişafına nail olmaq üçün bütün potensial imkanlar istifadə edilməli, təhdidlər və imkanlar təhlil edilməlidir.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Tədqiqat işinin nəticəsində Azərbaycanda idman turizminin inkişaf perspektivləri təhlil edilmişdir. İlk olaraq bir fəaliyyət sahəsi olaraq idman turizmi anlayışının onun mahiyyəti tədqiq edilmişdir. Beynəlxalq səviyyədə idman turizminin inkişaf istiqamətləri və bir sıra ölkələrdə idman turizminin inkişaf göstəriciləri müəyyən edilmişdir. İdmanın ölkə iqtisadiyyatına və eləcə də əhəlinin sosial və mədəni həyatına təsirləri araşdırılmışdır.

Günümüzdə idman turizmi aktiv, passiv və nostalji idman turizmi kimi üç növdə təsnif olunur. Həyata keçiriləcəyi yerlərə görə idman turizmini hava, su və torpaq kimi növlərdə təsnif edirlər. Geniş əhatə dairəsini nəzərə alaraq bu gün idman turizmi turizmin digər sahələri ilə müqayisədə daha çox ön plana çıxmışdır. İdman hadisələri müxtəlif sosial təbəqədən olan insanların idman fəaliyyətlərində iştirak etməsi üçün etdiyi səyahətlərdir.

İdman turizminin idman fəaliyyətlərini həyata keçirən ölkəyə iqtisadi, siyasi və sosial təsirləri var. Turizmin ən gəlirli sahələrindən biri olan idman turizmi ölkə iqtisadiyyatının davamlı inkişafını təmin edir, ölkəyə yeni valyuta axınına səbəb olur. İdman ölkələr arasında siyasi əlaqələrin dərinləşməsinə də təsir edir. İnsanların sosial vəziyyətlərini yaxşılaşdırmağa kömək edir, insanların müxtəlif ölkələrin mədəniyyətləri ilə tanış olmasına səbəb olur. Beynəlxalq miqyasda idman turizminin inkişafı üçün inkişaf hədəfləri proqramları tərtib edilir. İnkişafda olan ölkələrdə idman turizmi fəaliyyətlərinin dairəsinin artırılması üçün Ümumdünya Turizm Təşkilatı və Birləşmiş Millətlər Təşkilatı arasında sazişlər imzalanır.

Azərbaycanda da qeyri-neft sektorları arasında ən çox inkişaf edən sahə turizmdir. Ölkəmizdə son illərdə idman turizmi öz inkişafının ən yüksək zirvəsini yaşamışdır. Bakı 2015 Avropa Oyunları, Dördüncü İslam Həmyəylik Oyunları və Formula 1 Qran-pri mərhələləri kimi bir sıra beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinin ölkəmizdə təşkil olunması Azərbaycanın dünya miqyasında idman brendi kimi

tanınmasına kömək etmiş və yeni xarici turistləri ölkəyə cəlb etmişdir. Azərbaycanda bir sıra önəmli beynəlxalq idman konfransları da təşkil edilir.

Ölkəmizin regionlarında da idman turizmi yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoyur. Quba, Xaçmaz, Qəbələ, İsmayilli və Naxçıvan Muxtar Respublikasının bir sıra şəhərləri idman turizminin müxtəlif növlərinin təşkili üçün əlverişli coğrafi şəraitə sahibdir. Regionlarda idman turizmi fəaliyyətlərinin həyata keçirilməsi infrastrukturun möhkəmləndirilməsinə səbəb olur, əhalinin iqtisadi və sosial səviyyəsini yaxşılaşdırır və əhalinin yeni iş yerləri ilə təmin olunması kömək edir.

Tədqiqat işində Azərbaycanda idman turizminin daha da inkişaf etdirilməsi üçün bir sıra təkliflər də verilmişdir:

- yeni idman tədbirlərinin keçirilməsi gələcəkdə Bakının idman şəhəri brendi kimi tanınmasına kömək edəcəkdir;
- ölkəyə yeni idman turistlərini cəlb etmək üçün ölkənin turizm sektorundakı boşluqlar doldurulmalıdır;
- Respublikamızın bölgələrində hələ kəşf olunmamış təbii-coğrafi resurslardan gələcəkdə həmin ərazilərdə yeni idman fəaliyyətlərinin həyata keçirilməsində istifadə edilməsinə şərait yaradılmalıdır;
- otel və mehmanxana sənayesindəki qiymətlər, gömrük tarifləri, ticarət rüsumları və viza şərtləri nizamlanmalıdır;
- yeni idman zallarının, idman klublarının və idman müəssisələrinin inşa edilməsi labüddür;
- idman turizmini ölkə daxilində inkişaf etdirmək üçün maarifləndirmə işləri də mühümdür.

Ümumilikdə, ölkəmizdə idman turizmi turizmin yeni yaranan qollarından biri olmasına baxmayaraq artıq öz sürətlə inkişaf edir. İqtisadi cəhətdən sürətlə inkişaf edən ölkəmiz gələcəkdə daha mötəbər idman tədbirlərinə ev sahibliyi edəcəkdir.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Abadov M. Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri. Bakı, "Şərq-Qərb" Nəşriyyat Evi, 2014, 248 səh.
2. Azərbaycan Respublikasında 2010-2014-cü illərdə Turizmin İnkişafına Dair Dövlət Proqramı. Bakı, 2010.
3. Azərbaycanın regionlarında iqtisadiyyatın dayanıqlı inkişafı – Bakı, "Elm, 2009. – 296 s.
4. Cəfərov C. "Azərbaycan Respublikasının turizm potensialı və turizmin inkişafının sürətləndirilməsi yolları", Turizm və rekreasiya: problemlər və perspektivlər". Birinci respublika elmi-praktiki konfransının materialları. – Bakı: Mütərcim, 2007, s 6-10.
5. Ə .T .Əsgərov, B .Ə .Bilalov, Ç .G .Gülaliyev Ekoloji turizm (Dərs vəsaiti), Bakı, "Adiloğlu" nəşriyyatı, 2 0 1 1 ,2 7 6 səh
6. Əlirzayev Ə.Q. "Turizmin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi". Bakı-2011, 493 səh.
7. Heydərov Ş.Ə. Turizmdə nəqliyyat xitmətlərinin təşkili. Dərs vəsaiti (Metodik vəsait). «Mingəçevir Poliqrafiya Müəssisəsi»MMC, 2011-ci il. 148 səhifə.
8. Həsənov Y. "Azərbaycan Respublikası beynəlxalq idman və turizm əlaqələri sistemində (1901-2005-ci illər)". Bakı. Elm və təhsil nəşriyyatı – 2015, 224 səh.
9. Kasumov R.M. "Beynəlxalq turizm bazarı". Monoqrafiya. Bakı: "İqtisad Universiteti – 2012. – 270 səh
10. Məmmədov E.Q. Azərbaycanda turizm bazarının formalaşması və idarəolunmasının regional xüsusiyyətləri (Monoqrafiya). Bakı: "Gənclik" Nəşriyyatı -2013.- 172 səh.
11. Məmmədov E.Q., "Azərbaycanda idman turizmin inkişaf perspektivləri", Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları, Say 4, Nəşr 2015, Səh: 120-125.

12. Soltanov H. Azərbaycan Respublikasında turizm və onun inkişafı. BDU, Bakı, 2015, 475 səh.
13. Turizmin əsasları: dərslik / müəllif kollektivi; dosent B.Ə.Bilalov və dosent Ç.G.Gülalıyevin redaktəsi ilə, Bakı, “QHT Nəşriyyatı”, 2015. 496 s.
14. Akın, Adnan. “Sport turizminin etkileri üzerine bir alan araştırması”. Gaziantep University, Vocation School of Tourism and Hotel Management, 2015.
15. Aras, Hüseyin (2017). Türkiye’de Turizm Güvenliği Sorunu, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl 10, Sayı 1, Haziran 2017, ss. 585-610
16. Argan, Metin. Spor ve turizm pazarlamasının kesişim noktası olarak spor turizmine kuramsal bir bakış. Turizm Araştırmaları dergisi, Cilt 15, Sayı 2, S. 158-168, 2004.
17. Ataizi, Murat, Ömer Özer, Hakan Katırcı, Levent Özkoçak, Ruhdan Uzun (2012): Spor ve medya ilişkileri, 1. baskı, Anadolu Üniversitesi, 151 səh.
18. Bayraktar, Cengiz. Sosyal yapı özelliklerinin spora etkisi. Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt: XVII, Sayı: 1, 2003.
19. Demir, Şirvan Şen ve Kozak, Metin. “Turizmde tüketici davranışları modelini oluşturan aşamalar arasındaki ilişki”. Turizm Araştırmaları dergisi, cilt 22, sayı 1, Bahar: 19-34, 2011.
20. Erdem, Barış. Otel endüstrisinde yeni bir trend: Dizayn oteller. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi. 2010. Say 1, S.115-132.
21. Gökhan, Ahmet: Toplumsal Dinamizm Ve Spor, Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi Sayı: 3/1 2014 s. 394-405, Türkiye.
22. İçöz, Onur. “Spor turizmi pazarlaması ve futbol takımlarının hazırlık dönemi kamp tercihlerini belirleyen etkeler”. Dokuz Eylül Üniversitesi, 2008, 218 seh.
23. İnce, Mustafa. “Spor ile siyasetin ilişkisi üzerine bir analiz: Sporu siyasete alet etmek”. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi, 2016, 6-cı say, 456-464.

24. Küçük, Vesyl. Psiko-Sosyal Gelişim Süreci İçerisinde İnsan ve Spor İlişkisi. Marmara university, 2016.
25. Özdemir, Mehmet Ali ve Kervankıran, İsmail. “Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi afyonkarahisar örneği”. Marmara coğrafiya dergisi, say 24, Temmuz -2011, səh. 1-25.
26. Saatçioğlu, Cem ve Karaca, Orhan. “Ekonomi ve spor: Ekonomik gelişmelerin uluslararası sportif başarı üzerindeki etkisi”. Yalova Üniversitesi Hukuk Fakültesi dergisi, 2012, 1-ci say, səh. 27-42.
27. Ünal, Hakan ve Sümmani Ekici: Sosyal Spor Pazarlaması, Muğla Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu.
28. Yavas, Özdemir (2005): Sporun ekonomi içindeki yeri ve spor pazarlama: üç büyük spor kulübünde uygulamalı bir araştırma, Edirne: Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aralık.
29. Yeşil, Mustafa, (2015): Antalyada Spor Turizmi: Mevcut durumun Tespiti, Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
30. Yetim Azmi A. Sporun sosyal görünümü. Gazi Beden Eğitimi ve Spor bilimleri Dergisi. 2000, Say 1, S. 63-72.
31. Yılmaz Kaplan, Cihan Akkaya (2014): Spor kültürü ve Türkiyedeki spor, International Journal of Science Culture and Sport, August 2014: Special issue 2, 6 səh.
32. Aaron C.T. Smith and Bob Stewart, (2015), “İntroduction to Spor Marketing”, Second edition, Routledge, Taylor & Francis Group, London and New York.
33. Stephen D. Ross, (2001): Developing Sports Tourism, An eGuide for Destination Marketers and Sports Events Planners, National Laboratory for Tourism and eCommerce, University of İllionois at Urbana-Champaign, July 2001.
34. Tom Hinch and James Higham. “Sport Tourism Development”. Second edition. Channel view publications, 2011, 250 pages.
35. UN International Year of Sport and Physical Education, Final report, 2005.

36. World Tourism Organization (2012), Annual Report 2011, UNWTO, Madrid.

İnternet resursları

1. <http://www.maliyye.gov.az/node/1564>
2. http://www.azerbaijans.com/content_1671_az.html
3. <http://economy.gov.az/article/azerbaycan-respublikasinin-sosial-iqtisadi-inkishafi-2017-ci-ilin-i-rubu-uzre/28196>
4. <https://www.sports-management-degrees.com/faq/what-is-sports-tourism>
5. <https://www.unsceb.org/content/unwto>
6. <https://www.britannica.com/event/London-2012-Olympic-Games>
7. <http://www.puretravel.com/blog/2013/02/08/top-13-hottest-sports-destinations-for-2013/>
8. <https://www.worldtravelawards.com/award-worlds-leading-tourist-attraction-2017>
9. <http://canadiansporttourism.com/sport-events-congress/sport-events-congress.html>
10. <https://www.stat.gov.az/>
11. <http://www.sheki.travel/az/news-view/1/1880/>
12. https://www.tripadvisor.com/SmartDeals-g293934-Baku_Absheron_Region-Hotel-Deals.html
13. <http://www.cssn.gov.az/news.php?id=963&lang=az>
14. <https://unfccc.int/news/2017-is-international-year-of-sustainable-tourism-for-development>
15. <http://asiapacific.unwto.org/event/unwto-international-conference-tourism-and-snow-culture-snow-experiences-and-winter-traditions>
16. <https://www.hospitalitynet.org/news/4087030.html>
17. <https://www.statista.com/topics/4156/tourism-in-barcelona/>
18. <https://www.visitbritain.org/inbound-football-tourism-research>

19. <http://www.fairex.az/index.php?sectionid>
20. <https://azerbaijantourism.az/about>
21. <http://az.baku2015.com/news/article/gunluk-moht%C9%99s%C9%99m-idman-t%C9%99dbiri-basa-catd%C4%B1.html>
22. http://azerbaijan.az/_Society/_Sport/sport_02_a.html?

REFERAT

Mövzunun aktuallığı – İdman müasir dövrdə insanların ən çox üstünlük verdiyi fəaliyyət sahələrindən biridir. Son illərdə beynəlxalq arenada mötəbər səviyyəli idman oyunlarının təşkil edilməsi idmana olan marağı daha da artırdı. İdman səyahətlərinin kütləvi hal alması ilə idman turizmi sürətli inkişaf mərhələsinə qədəm qoydu.

İdman turizmi Azərbaycanda da ən populyar turizm növlərindən biri hesab olunur. Bir sıra mötəbər səviyyəli idman tədbirlərinin Azərbaycanda keçirilməsi, idman turizminin inkişafı üçün yatırılan investisiyalar, qəbul olunan dövlət proqramı ölkəyə idmanla bağlı daha çox turistlərin gəlməsinə səbəb olur. Gələn turistlərin ölkədən məmnun halda geri dönməsi və bir daha səyahət etməsi üçün mehmanxana sənayesinin də önə çəkilməsi əsas prioritetlərdən biridir. Təşkil olunan idman tədbirləri və idman oyunlarının keçirilməsi üçün inşa edilən müasir səviyyəli idman arenaları və stadionlar bir çox turistlərin və xarici turizm şirkətlərinin diqqətini özünə cəlb etmişdir. İqtisadiyyatın gənc sahəsi olan turizm önəmli bir qeyri-neft sektorudur.

İdman turizmi Bakı şəhəri ilə yanaşı regionlarda da inkişaf etdirilir. Regionlarda infrastruktur təminatının gücləndirilməsi, nəqliyat xidmətinin keyfiyyətinin artırılması, otel və mehmanxana şəbəkələrinin yaradılması idman turizminin inkişafına təkan verir. Əlverişli coğrafi şəraitə malik olan regionlarda turizm potensialı dəyərləndirilir.

Azərbaycan Respublikasında idman fəaliyyətlərinin artırılmasına dəstək göstərmək üçün Milli Olimpiya Komitəsi təsis edilmişdir. Milli Olimpiya Komitəsi ölkədə olimpiya hərəkətinə dəstək verir və idman tədbirlərinin təşkil edilməsinə rəhbərlik edir. Azərbaycan Respublikasında yeni otel və mehmanxana şəbəkələri, idman müəssisələri inşa edilir. Ölkəyə gələn idman turistlərini özünə cəlb edən faktorlardan biri də idman müəssisələridir. Qeyd olunan məsələlər Azərbaycanda idman turizminin inkişaf imkanlarının araşdırılmasını zəruri edir.

Tədqiqatın mövzusunun məqsədi Azərbaycanda idman turizminin inkişafı üçün mövcud olan infrastrukturunu təhlil etmək, ölkədə təşkil olunan beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinin iqtisadiyyata olan təsirlərini təhlil etmək, otellərdə keyfiyyət standartlarını və qiymətləri, eləcə də, regionlarda idman turizminin mövcud potensialını araşdırmaqdır. Tədqiqatın vəzifləri aşağıdakılardır:

- ✓ Regionlarda mövcud olan turizm resurslarından necə istifadə edildiyini araşdırmaq və idman turizminin regional inkişafda rolunun qiymətləndirmək;
- ✓ Azərbaycanda idman turizminin vəziyyətini təhlil etmək və yeni turistlərin və ziyarət edən turistlərin yenidən ölkəyə cəlb edilməsi üçün dövlət strategiyası analiz etmək;
- ✓ İdman tədbirlərinin Azərbaycanın turizm potensialına hansı dərəcədə təsir etməsini müəyyən etmək;
- ✓ Gələcəkdə daha çox idman turistini ölkəyə cəlb etmək üçün idman turizminin inkişafında dövlətin rolunun artırılması mexanizmlərini müəyyən etmək.

Elmi yeniliyi aşağıdakı istiqamətləri əhatə edir:

- İdman və turizm arasında əlaqələr və beynəlxalq səviyyədə idman turizminin inkişaf istiqamətlər təhlil edilmişdir.
- Azərbaycanın şəhər və bölgələrində idman turizminin inkişaf potensialı, mövcud problemləri araşdırılmışdır.
- Ölkədə təşkil olunan beynəlxalq idman tədbirlərinin və idman hadisələrinin idman turizminə təsirləri qiymətləndirilir.
- Azərbaycan Respublikasında idman turizminin inkişaf etdirilməsi, daha çox turistinin ölkəyə cəlb edilməsi və yeni beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinin ölkədə təşkil edilməsi üçün nəzəri-praktiki əhəmiyyət kəsb edən təkliflər verilmişdir.

İşin strukturu və həcmi əsasən Azərbaycanda mövcud olan idman turizmini və onun inkişaf istiqamətlərini təhlil etmək üçün qarşıya qoyulan məqsədlərə uyğun şəkildə formalaşdırmaqdır. Tədqiqat işi mövzu ilə bağlı hazırlanan girişdən, üç fəsildən və bu fəsillər daxilində bölmələrdən ibarətdir. Araşdırma aparılarkən, əsasən, ölkədə bu sahədə fəaliyyət göstərən yerli müəlliflərin əsərlərindən, eləcə də, türk və

xarici tədqiqatçıların kitablarından və internet resurslarından istifadə edilmişdir. Tədqiqat işi ümumilikdə 76 səhifədən ibarətdir. Sonda nəticə və təkliflər, eləcə də ədəbiyyat siyahısı göstərilmişdir.

SUMMARY

In this study, alternative means for determining the scope of sport tourism and for more organizational development of the existing potential of sports tourism in cities and regions of the Republic of Azerbaijan were analyzed. The notion of sport, tourism, sports tourism and relations between them have been studied. At the international level, general information was provided on sports tourism and the materials of international organizations were studied for the development of this sphere.

The place of tourism as the most profitable non-oil sector in the economy of Azerbaijan was determined. The natural and geographical conditions existing in the regions of Azerbaijan create the conditions for holding competitions and games. The methods of evaluating sports tourism in regional development, as well as the work done in the country to develop sports tourism in the regions were studied.

РЕЗЮМЕ

В этом исследовании были проанализированы альтернативные средства для определения сферы спортивного туризма и более организационного развития существующего потенциала спортивного туризма в городах и регионах Азербайджанской Республики. Изучены понятие спорта, туризма, спортивного туризма и отношения между ними. На международном уровне была предоставлена общая информация о спортивном туризме и были изучены материалы международных организаций для развития этой сферы.

Было определено место туризма как самого прибыльного ненефтяного сектора в экономике Азербайджана. Природные и географические условия, существующие в регионах Азербайджана, создают условия для проведения здесь соревнований и игр по ряду видов спорта. Были изучены методы оценивания спортивного туризма в региональном развитии, а также работы, сделанные в стране в целях развития спортивного туризма в регионах.