

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ**  
**AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİNİN**  
**ZAQATALA filialı**

**FAKÜLTƏ: İqtisadiyyat və menecment departamenti**

**BÖLMƏ: İqtisadiyyat və idarəetmə**

**İXTİSAS: Turizm işinin təşkili**

Müdafiəyə buraxılır:

«\_\_\_\_\_» «\_\_\_\_\_» 2025-ci il

Bölmə rəhbəri: \_\_\_\_\_

**BAKALAVR TƏHSİL PİLLƏSİ ÜZRƏ**

## **BURAXILIŞ İŞİ**

**MÖVZU: İDMAN TURİZMİ: DÜNYA TƏCRÜƏSİ VƏ**  
**AZƏRBAYCAN İMKANLARI**

**QRUP:TT12-21**

**TƏLƏBƏ: MƏMMƏDLİ ZEYNƏB VİDADİ QIZI**

**ELMİ RƏHBƏR: B.M ƏLİZADƏ NƏRMİN ƏSƏDULLAH QIZI**

**ZAQATALA-2025**

## MÜNDƏRİCAT

|                                                                                                 |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>GİRİŞ.....</b>                                                                               | <b>3</b>  |
| <b>FƏSİL I: İDMAN TURİZMİNİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI .....</b>                               | <b>6</b>  |
| 1.1. İdman turizmi anlayışı və mahiyyəti .....                                                  | 6         |
| 1.2. İdman turizminin yaranma tarixi və inkişaf mərhələləri.....                                | 10        |
| 1.3. İdman turizminin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti və davamlı turizmdə rolu.....                  | 15        |
| <b>FƏSİL II: AZƏRBAYCANDA İDMAN TURİZMİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ VƏ PROBLEMLƏRİ .....</b> | <b>18</b> |
| 2.1. Azərbaycanca idman turizminin müasir vəziyyəti və təhlili.....                             | 18        |
| 2.2. Azərbaycanca idman turizminin formalaşması problemləri və perspektivləri .....             | 25        |
| <b>FƏSİL III: DÜNYADA İDMAN TURİZMİNİN İNKİŞAF TƏCRÜBƏSİ VƏ AZƏRBAYCANA TƏTBİQİ.....</b>        | <b>34</b> |
| 3.1. Dünya ölkələrində idman turizminin inkişaf modelləri.....                                  | 34        |
| 3.2. Azərbaycanca idman turizminin inkişafında beynəlxalq təcrübənin tətbiqi.....               | 36        |
| <b>NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR.....</b>                                                                 | <b>44</b> |
| <b>ƏDƏBİYYAT SİYAHISI.....</b>                                                                  | <b>46</b> |
| <b>XÜLASƏ.....</b>                                                                              | <b>49</b> |

## GİRİŞ

**Mövzunun aktualığı.** İdman turizmi, qlobal turizm sektorunun sürətlə inkişaf edən sahələrindən biridir. Azərbaycanda da bu sahənin potensialı böyükdür, xüsusilə beynəlxalq idman tədbirlərinin keçirilməsi və idman infrastrukturunun inkişafı ilə. Lakin, idman turizminin tam inkişafı üçün infrastruktur, marketinq və beynəlxalq təcrübənin tətbiqi kimi çətinliklər mövcuddur. İdman turizmi yerli iqtisadiyyatı gücləndirə, sosial rifahı artırmağa və ətraf mühitin qorunmasına kömək edə bilər. Bu mövzunun aktuallığı, Azərbaycanda idman turizminin inkişafına təkan verə biləcək tövsiyə və strategiyaların formalaşdırılması zərurətindən irəli gəlir.

**Tədqiqatın predmeti.** Buraxılış işinin predmeti idman turizminin təhlili, xüsusilə Azərbaycan kontekstindəki inkişafı, problemləri və perspektivləridir. İdman turizmi-idman tədbirlərində iştirak etmək və ya onları izləmək məqsədilə edilən səfərləri əhatə edən bir turizm növüdür və həm iqtisadi, həm də sosial istiqamətlərdə əhəmiyyətli təsirə malik hesab olunur. Bu buraxılış işində həmin sahənin Azərbaycan iqtisadiyyatı və turizm sahəsinə göstərdiyi təsirin araşdırılması və inkişaf perspektivlərinin təhlili əsas hədəf kimi müəyyən edilmişdir.

**Tədqiqatın obyekti.** Araşdırmanın obyektini idman fəaliyyətləri və bu fəaliyyətlərlə bağlı təşkil olunan turizm xidmətləri təşkil edir. Buraya müxtəlif idman yarışları, olimpiya oyunları və digər beynəlxalq tədbirlər daxildir, eyni zamanda bu tədbirlərdə iştirak etmək məqsədilə səyahət edən turist qrupları da bu obyektin tərkib hissəsini təşkil edir. Həmçinin, bu obyekt idman turizminin inkişafında qarşılaşılan çətinliklər və bunun Azərbaycan kontekstindəki yerini əhatə edir.

**Tədqiqatın nəzəri və metodoloji əsasları.** Bu buraxılış işində idman turizmi ilə bağlı mövcud nəzəri yanaşmalar araşdırılacaqdır. İdman turizminin tərfi əsas onun növləri və bu sahənin sosial, iqtisadi və ekoloji təsirləri tədqiqatın nəzəri əsaslarını formalaşdırılması nəzərdə tutulubdur. Eyni zamanda, bu sahənin inkişaf

dinamikasını və onun sosial-iqtisadi nəticələrini qiymətləndirmək məqsədilə tətbiq olunan müxtəlif elmi yanaşmalar, o cümlədən kəmiyyət və keyfiyyət analizləri, müqayisəli qiymətləndirmələr və statistik göstəricilərin təhlili araşdırmanın metodoloji çərçivəsinə daxil ediləcək. Metodologiya, həmçinin dünya təcrübəsinin və beynəlxalq modellərin Azərbaycan şəraitinə tətbiqini nəzərdə tutacaq.

**Tədqiqatın informasiya bazası.** Bu tədqiqatda istifadə olunacaq informasiya bazası müxtəlif mənbələrdən ibarət olacaq. Onlar arasında beynəlxalq təşkilatların hesabatları (məsələn, ÜTT, İOC), Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsinin məlumatları, yerli turizm şirkətlərinin və idman təşkilatlarının hesabatları, həmçinin akademik ədəbiyyat və beynəlxalq idman turizmi ilə bağlı keçirilən təcrübə mübadilələrinə dair məlumatlar yer alacaq. İnformasiya bazasında Azərbaycan və həmçinin digər ölkələrdəki idman turizmi sahəsindəki statistik məlumatlar və qanunvericilik də yer alacaq.

**Tədqiqatın aparılmasında istifadə olunmuş metodlar.** Tədqiqatın aparılmasında müxtəlif metodlardan istifadə olunmuşdur. Əsasən, anket sorğu metodu tətbiq edilmiş, bu metod vasitəsilə idman turizminə marağı olan turistlər və yerli sakinlər arasında sorğular keçirilmişdir. Azərbaycan üzrə idman turizminin mövcud vəziyyətini araşdırmaq məqsədi ilə kəmiyyət analizində əsasən rəsmi statistik göstəricilərdən faydalanılmış, keyfiyyət yönümlü yanaşma vasitəsilə isə bu sahənin iqtisadi və sosial təsirləri araşdırılmış, eyni zamanda mövcud olan çətinliklər və maneələr ortaya qoyulmuşdur. Müqayisəli təhlil metodu tətbiq edərək, dünyada mövcud olan idman turizmi modelləri ilə Azərbaycan kontekstindəki uyğunluq araşdırılmışdır. Bundan başqa, Azərbaycanın idman turizminin inkişafı ilə bağlı olaraq GZİT (Güclü Zəifliklər, İmkanlar və Təhlükələr) təhlili aparılmışdır. Bu metodologiya tədqiqatın məqsədinə uyğun olaraq, idman turizminin inkişafı ilə bağlı strategiyalar və tövsiyələrin formalaşdırılmasına imkan yaratmışdır.

**İşin strukturu və qısa məzmunu.** Buraxılış işi üç əsas fəsildən və yeddi alt paraqrafdan ibarət olub, həmçinin titul vərəqi, mündəricat, giriş hissəsi, nəticə və təkliflər, ədəbiyyat siyahısını əhatə edir.

## **FƏSİL I: İDMAN TURİZMİNİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI**

### **1.1. İdman turizmi anlayışı və mahiyyəti**

Turizm, fransızca "səyahət" və ya "ekskursiya" mənasını verən və cəmiyyətin inkişafı ilə əlaqədar olaraq ortaya çıxan, insanların istirahət ehtiyaclarını qarşılamaq və mal və xidmətlərə olan tələbatını ödəmək məqsədi ilə zamanla artan bir fəaliyyət sahəsidir (Əlirzayev, 2011). Turizm fəaliyyətlərinin dinamik elementi olan səyahət faktoru onun tanınmasında mühüm rol oynayır. Lakin buna baxmayaraq, bütün səyahət növləri turizm səyahəti kimi təsnif edilə bilmir. Turizm iştirakçıların sayına, turizmlə məşğul olanların məqsədlərinə, iştirak müddətinə, iştirakçıların sosial-iqtisadi vəziyyətinə, yaşlarına və ziyarət edilən istiqamətlərə görə kateqoriyalara ayrılır. Əsas turizm növləri arasında səyahət turizmi, idman turizmi, konfrans turizmi və s. yer alır (Əsgərov, 2011).

İdman turizmi, turistlərin səyahət məqsədi ilə idman tədbirlərində iştirak etməsi və ya bu tədbirləri izləməsi ilə xarakterizə olunan xüsusi bir turizm növüdür. Bu sahə, həm fəal (aktiv) iştirak-məsələn, marafon, dağ yürüşü, su idmanı-həm də passiv iştirak-yəni tamaşaçı qismində olma kimi iki əsas istiqamətdə inkişaf edir. Beynəlxalq praktikada idman turizmi həm kütləvi idman tədbirləri (məsələn, Olimpiya oyunları, dünya çempionatları), həm də kiçik miqyaslı yerli və regional yarışlar çərçivəsində təşkil olunur (Gibson, 1998).

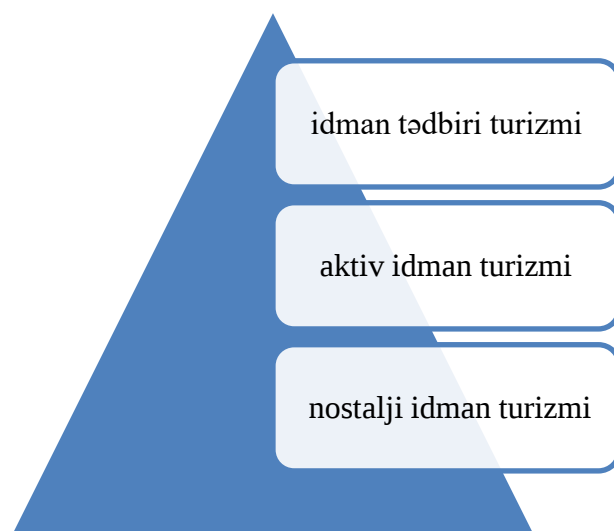
İdman turizmi təkcə fiziki aktivliklərlə məhdudlaşmır, həm də mədəni, iqtisadi və sosial dəyərləri təşviq edir və bu sahə vasitəsilə fərdlər fərqli coğrafi məkanda yerləşən idman məkanlarını ziyarət edir, yeni mədəniyyətlərlə tanış olur və sağlam həyat tərzini formalaşdırır. Ümumdünya Turizm Təşkilatının (BMÜTT) məlumatına görə, idman turizmi global turizm bazarının sürətlə inkişaf edən segmentlərindən biridir və iqtisadi artım, məşğulluq və yerli icmaların sosial rifahının artırılması baxımından mühüm rol oynayır (BMÜTT, 2021).

İdman bu gün dünyada ən populyar sahələrdən biridir. İdmana marağın sürətlə artmasının əsas səbəbi onun sərbəst rəqabəti, mübarizəni təşviq etməsi və dünyada sülh və bərabərliyin carçısı kimi xidmət etməsidir. İdman sahələri inkişaf etdikcə, idmanla bağlı səyahət edənlərin sayı da artır və bu, idman turizmi anlayışının yaranmasına səbəb olur. İdman turizmi təkcə idmançılar tərəfindən deyil, həm də tamaşaçılar və idman nümayəndə heyətləri tərəfindən istifadə olunur. Statistik məlumatlara görə, idman turizmi 18–34 yaş qrupu arasında ən populyardır və iştirakçıların əksəriyyəti orta gəlirli təbəqəyə aiddir. İdman, müxtəlif mədəniyyətlərdən və cəmiyyətlərdən 3 milyard insanı bir araya gətirmək qabiliyyətinə malikdir və bu, onu digər turizm fəaliyyətlərindən fərqləndirir (Cəfərov, 2007).

Bəzi mənbələrdə, turizm və idman sahələri arasındakı beynəlxalq əməkdaşlığın 1971-ci ildə Beynəlxalq İdman Elmləri və Bədən Tərbiyəsi Şurasının iclasında əhəmiyyətli dərəcədə inkişaf etdiyi və rəsmi olaraq qəbul edildiyi bildirilir, həmçinin 1990-cı illərdə bu əlaqənin miqyasının böyük ölçüdə genişləndiyi qeyd olunur. 1980-ci illərdə Avropada turizm səyahətləri zamanı idmana üstünlük verilməsi ilə bağlı tədqiqatlar aparılmışdır. 1990-cı illərin ortalarından etibarən idman səyahətləri Yaponiya, Şimali Amerika, Avstraliya və Yeni Zelandiyada tədqiqatçılar tərəfindən təhlil edilmişdir. 1993-cü ildən Kanada mərkəzli İdman Turizmi Beynəlxalq Şurası tərəfindən “Sports Tourism” jurnalı nəşr olunur. Həmin jurnal həmçinin idmanla turizm sahələri arasında qarşılıqlı əlaqəni quraraq, “idman turizmi” termininin formalaşmasında mühüm rol oynamışdır.

İdman turizmi, idman fəaliyyətlərinə qatılmaq və ya onları izləmək məqsədilə səyahət etməyi ifadə edir. Ümumiyyətlə, idman turizmi üç növə ayrılır və aşağıdakı Şəkil 1.1 də qeyd olunmuşdur.

Şəkil 1.1. İdman turizminin növləri



Mənbə: Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*

Şəkildən göründüyü kimi idman tədbiri turizmi Olimpiya oyunları və dünya Çempionatları kimi tədbirləri əhatə edir. Olimpiya oyunlarına ev sahibliyi edən şəhərlər, qlobal iqtisadi cəhətdən ən irəliləmiş şəhərlər sırasına daxildir. Müasir Olimpiya oyunları 1896-cı ilin yayında başlamışdır. 1994-cü ildə Atlantada keçirilən Dünya kuboku və 1996-cı il Olimpiya oyunları turistləri cəlb edən yarışlar kimi təbliğ edilmişdir. Nəticədə, Atlantada turist sayı artmış və bu şəhər turizm məkanı kimi tanınmışdır. 1994-cü il Dünya Kubokunun ABŞ-a təxminən 50 milyon xarici turist cəlb etdiyi və onların təxminən 100 milyard dollar xərclədiyi təxmin edilir (Mustafa, 2016).

Aktiv idman turizmi, müxtəlif idman yarışlarında iştirak etmək üçün səyahət edən şəxsləri nəzərdə tutur. Bu iştirakçılar idmanla fərqli rollarda məşğul ola bilirlər. Qolf, kayak, tennis, balıqçılıq, qar arabası və sörfinq kimi fəaliyyətlər insanları bir araya gətirir və idman turizmi iştirakçılarını “aktiv iştirakçılar” və “hobbiçilər” kimi bölür. Aktiv iştirakçılar seçdikləri idman növlərində həvəskar kimi fəaliyyət göstərirlər, hobbiçilər isə əyləncə üçün iştirak edirlər (Smith və Stewart, 2015).

Nostalji idman turizmi məşhur idmanla bağlı yerləri, məsələn, qədim idman tədbirlərinin keçirildiyi məkanları və ya müəyyən idmançılara həsr olunmuş muzeyləri ziyarət etmək üçün səyahət etməyi əhatə edir. Bu, əsasən idman tarixi ilə maraqlananlar tərəfindən seçilir. Azərbaycanda bu cür turizm əsasən Bakı, Naxçıvan, Qəbələ və Gəncədə həyata keçirilir. Bakıda nostalji idman turizmi üçün daha inkişaf etmiş infrastruktur var, son illərdə Avropa oyunları, Formula 1 qran prisi və İslam həmrəyliyi oyunları kimi tədbirlər üçün möhtəşəm idman qurğuları inşa edilmişdir və nostalji idman turizmini daha cəlbedici etmək məqsədilə qədim və müasir idman məkanlarına ənənəvi turlar təşkil edilə bilər.

Turizm məhsullarının ümumi xüsusiyyətləri, məsələn, xidmətə əsaslanması, qorunub saxlanıla bilməməsi, tez sıradan çıxması və istehlakçılar tərəfindən birbaşa əldə edilməməsi, müxtəlif turizm növləri üçün xarakterikdir.

Lakin idman turizmi digər turizm növlərindən fərqli xüsusiyyətlərə malikdir. Məsələn, ümumi turizm təbii ehtiyatlara əsaslanarkən, idman turizmi xüsusi qurğular və idman sahələrindən istifadə edir və idman turizminin ümumi xüsusiyyətləri aşağıdakılardır ( Mustafa, 2015).

- ✓ Tədbir yerinə səyahət- İdman tədbirləri turistləri təşkil olunduğu yerlərə cəlb edir.
- ✓ Əsas məhsul üzərində nəzarətin olmaması-İdman fəaliyyəti ayrılmaz bir məhsuldur və heç bir təşkilat onun üzərində tam nəzarət edə bilməz.
- ✓ Nəticələrin gözlənilməzliyi-İdman tədbirlərinin nəticələri əvvəlcədən məlum deyil, bu da həvəskarları nəticələri səbirsizliklə gözləməyə vadar edir.
- ✓ Eyni anda istehsal və istehlak-İdman xidmətləri qeyri-sabitdir və tədbirlər baş verdiyi izlənilməli, idarə olunmalı və icra edilməlidir.
- ✓ Əyləncə dəyəri-İdman tədbirləri əsasən əyləncə məqsədləri ilə ziyarət edilir, iştirakçılar xoş vaxt keçirirlər.

- ✓ Mövsümlilik probleminin olmaması-İdman turizmi mövsümi xarakter daşımır.
- ✓ Xüsusi məkanlara ehtiyac-İdman turizmi stadionlar, arenalar, idman zalları və avadanlıqlar kimi xüsusi məkanlar tələb edir.
- ✓ Tamaşaçı iştirakı-İdman turizminin bir çox iştirakçısı müəyyən klubların və ya komandaların azarkeşləridir və tədbirlərdə onları dəstəkləmək üçün iştirak edir.

Bütün bu xüsusiyyətlər göstərir ki, idman turizmi yalnız turizm sektorunda iqtisadi dəyər yaradan bir fəaliyyət sahəsi deyil, həm də ictimai inteqrasiya, beynəlxalq mədəni mübadilə və sağlam həyat tərzinin təşviqi baxımından çoxfunksiyalı bir fenomen olaraq çıxış edir. Bu sahənin inkişafı üçün yüksək keyfiyyətli idman infrastrukturunun qurulması, beynəlxalq səviyyəli tədbirlərin keçirilməsini dəstəkləmək və regional səviyyədə idman turizmi potensialı olan ərazilərin tanınması və marketinqi mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

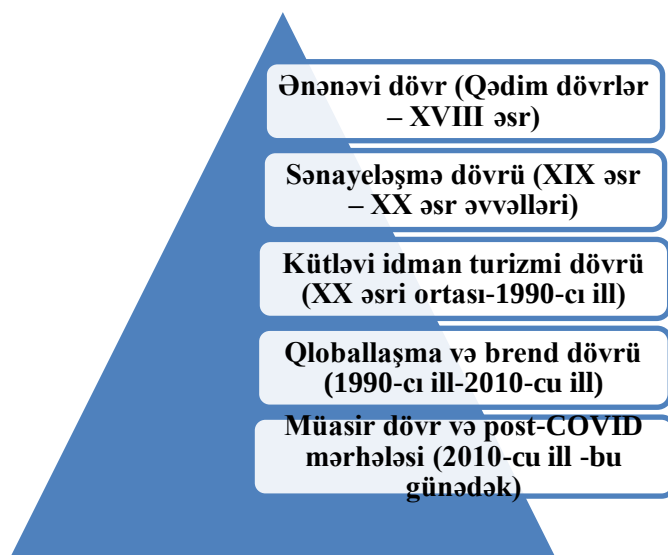
Müasir dövrdə bir çox ölkələr turizmin bu növünü inkişaf strategiyalarında ön plana çəkir və onun vasitəsilə həm yerli iqtisadiyyatı canlandırır, həm də beynəlxalq səviyyədə tanıtım əldə edir. Azərbaycan üçün də idman turizmi gələcəkdə iqtisadi şaxələndirmənin və qeyri-neft sektorunun gücləndirilməsinin əsas vasitələrindən biri ola bilər və idman infrastrukturu ilə yanaşı, xidmət keyfiyyəti, nəqliyyat imkanları və turizm marşrutlarının əlaqələndirilməsi kimi aspektlər də hərtərəfli şəkildə nəzərə alınmalı və planlaşdırılmalıdır (Süleymanov, 2023). Nəticə etibarilə, idman turizminin inkişafı yalnız turizm sektorunun deyil, həm də milli iqtisadiyyatın, sosial həyatın və ölkənin beynəlxalq imicinin müsbət istiqamətdə dəyişməsinə xidmət edir. Bu, davamlı, strateji və inteqrasiya olunmuş bir yanaşma tələb edir.

## **1.2. İdman turizminin yaranma tarixi və inkişaf mərhələləri**

İdman turizmi qədim dövrlərə söykənən və zamanla müxtəlif mərhələlərdən keçərək inkişaf edən bir sahədir. Bu sahənin əsasını insanın səyahətə və idman fəaliyyətlərinə olan marağı təşkil edir. Qədim Yunanıstanda keçirilən Olimpiya oyunları idman turizminin ilkin forması hesab oluna bilər. Miladdan əvvəl 776-cı ildən etibarən təşkil olunan bu oyunlar təkcə yarışma deyil, həm də ictimai və mədəni hadisə idi. İnsanlar müxtəlif bölgələrdən bu tədbirləri izləmək və iştirak etmək üçün səyahət edirdilər (Toohey & Veal, 2007).

Orta əsrlərdə idman fəaliyyətləri daha çox hərbi təlimlər və zadəganlar üçün ov, qılıncoynatma və at yarışları ilə məhdudlaşsa da, səyahət elementi hələ də mövcud idi. Ancaq müasir mənada idman turizminin formalaşması sənaye inqilabından sonra, xüsusilə XIX əsrin ikinci yarısından etibarən başlamışdır. Bu dövrdə dəmir yollarının inkişafı, şəhərləşmə və insanların sərbəst vaxtlarının artması idman tədbirlərinə səyahət imkanlarını genişləndirdi (Gibson, 1998). Müasir idman turizminin inkişaf mərhələləri aşağıda qeyd edilmiş Şəkil 1.2 də kimi təsnif edilir.

Şəkil 1.2 İdman turizminin inkişaf mərhələləri



Mənbə: UNWTO. (2021). *Sports tourism and sustainability*. Madrid: World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>

Şəkildən göründüyü kimi idman turizminin inkişafı 5 mərhələdən ibarətdir.

1. Ənənəvi dövr (Qədim dövrlər – XVIII əsr)-Bu dövrdə idmanla bağlı səyahətlər əsasən dini və mədəni tədbirlərlə bağlı olurdu. Olimpiya oyunları, Roma gladiator döyüşləri və digər kütləvi tamaşalar bu dövrün ən önəmli nümunələridir. Səyahətlər əsasən əlverişli hava şəraiti və yaxın məsafələrlə məhdudlaşdırdı (Toohey & Veal, 2007).

2. Sənayeləşmə dövrü (XIX əsr – XX əsrin əvvəlləri)- Sənaye inqilabı ilə birlikdə insanların daha çox sərbəst vaxtının olması və nəqliyyatın inkişafı səyahətləri asanlaşdırdı. 1896-cı ildə müasir Olimpiya oyunlarının bərpası bu sahəyə böyük təkan verdi və bu dövrdə ilk dəfə olaraq idman tədbirləri böyük kütlələri özünə cəlb etməyə başladı (Weed & Bull, 2009).

3. Kütləvi idman turizmi dövrü (XX əsrin ortaları – 1990-cı illər)-İkinci Dünya Müharibəsindən sonra iqtisadi dirçəlişlə birlikdə insanların daha çox səyahət etməsi mümkün oldu. FIFA Dünya Kuboku 1930-cu ildən etibarən Olimpiya oyunları və digər beynəlxalq tədbirlər idman turizmini qlobal səviyyədə inkişaf etdirdi. Bu mərhələdə idman turizmi ilk dəfə iqtisadi baxımdan ayrıca sahə kimi qiymətləndirilməyə başlandı (Higham & Hinch, 2009).

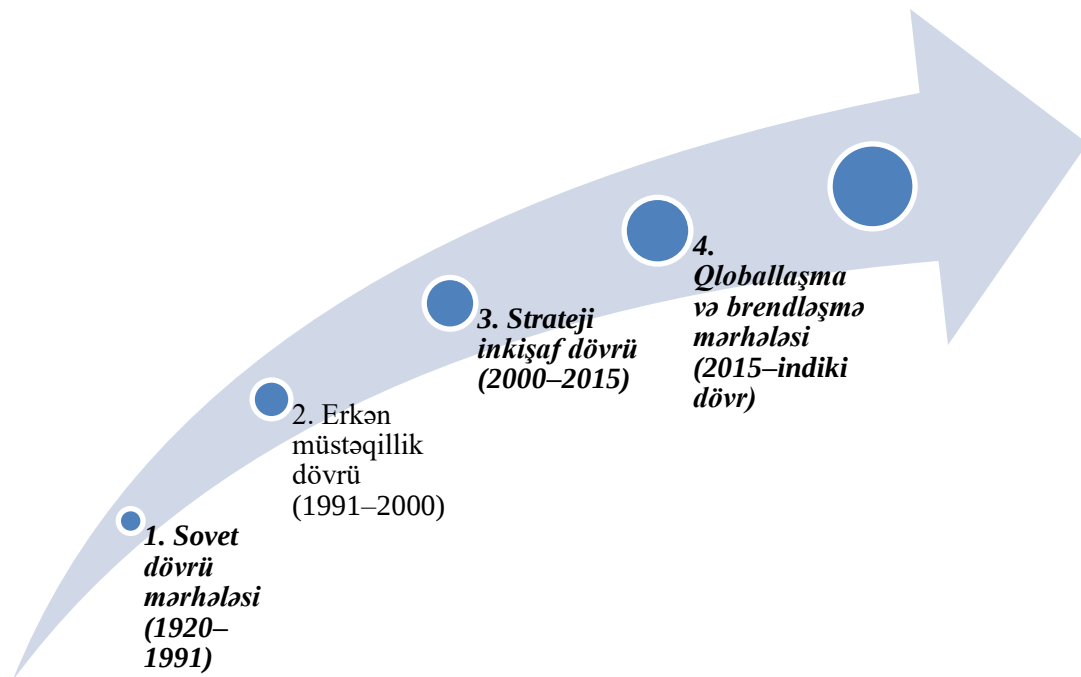
4. Qloballaşma və brend dövrü (1990-cı illər – 2010-cu illər)-Bu dövrdə idman turizmi turizm sənayesinin ayrılmaz hissəsinə çevrildi. İdman klubları və tədbirləri bir brendə çevrilərək müxtəlif ölkələrə azarkeş və turist axını yaratmağa başladı. İdman və turizm əlaqələri rəsmi səviyyədə rəsmiləşdirildi. 1993-cü ildən "Sport Tourism International Council" (STIC) təsis olunmuş və bu sahədə beynəlxalq tədqiqatlar və jurnallar nəşr edilməyə başlamışdır (Weed, 2006).

5. Müasir dövr və post-COVID mərhələsi (2010-cu illər – bu günədək)-Bu dövrdə texnologiyanın inkişafı, sosial medianın təsiri və pandemiyanın yaratdığı dəyişikliklər idman turizmini yeni trendlərlə zənginləşdirmişdir. Virtual idman tədbirləri, onlayn bilet satışı, rəqəmsal fan-zonalar və dayanıqlı (ekoloji) idman

turizmi anlayışı meydana çıxmışdır. Bu mərhələdə həm yerli, həm də beynəlxalq tədbirlərə qatılan turistlərin davranış və tələbləri daha çox fərqlilik göstərir (UNWTO, 2021).

Azərbaycanın idman turizmi sahəsindəki inkişafı ümumilikdə ölkənin müstəqillik dövründə keçdiyi sosial-iqtisadi transformasiyalarla sıx bağlıdır. Bu sahənin inkişaf mərhələlərini əsasən dörd dövr üzrə təsnif etmək mümkündür. Aşağıdakı Şəkil 1.3 də bu mərhələlər əks olunubdur.

Şəkil 1.3 Azərbaycanda idman turizminin inkişaf mərhələləri



Mənbə: Azərbaycan Respublikası Prezidenti. (2010). *Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair 2010–2014-cü illər üçün Dövlət Proqramı*. Bakı: Prezident Kitabxanası. <http://www.e-qanun.az/framework/20158>

1. Sovet dövrü mərhələsi (1920–1991)-Bu dövrdə Azərbaycan Sovet İttifaqının tərkibində olduğundan idman və turizm fəaliyyətləri mərkəzləşdirilmiş plan üzrə həyata keçirilirdi və eyni zamanda idman daha çox fiziki tərbiyə və hərbi hazırlıq kimi məqsədlərə xidmət edirdi. Turist klubları, “Təbiəti sevənlər cəmiyyəti” və “Spartak”, “Dinamo” kimi idman cəmiyyətləri vasitəsilə ekskursiyalar və yerli yürüşlər təşkil olunurdu. Lakin bu səyahətlərin kommersiya yönü turizm formasında təşkili məhdud idi (Məmmədov, 2010).

2. Erkən müstəqillik dövrü (1991–2000)- 1991-ci ildə müstəqillik əldə edildikdən sonra ölkədəki ümumi iqtisadi və siyasi qeyri-sabitlik şəraiti turizm və idman infrastrukturalarının inkişafını əngəllədi və bu sahələrdə geriləmələr baş verdi (<https://www.olympic.az/>). Lakin bu dövrdə idmanla bağlı ilk fərdi təşəbbüslər, yerli yürüşlər və dağçılıq klublarının fəaliyyəti başlandı. 1997-ci ildə qəbul edilən “Turizm haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu turizm sahəsinin, o cümlədən idman turizminin hüquqi əsaslarını müəyyənləşdirdi (Azərbaycan Respublikası Milli Məclisi, 1997).

3. Strateji inkişaf dövrü (2000–2015)-Bu mərhələdə dövlət idman və turizmin inkişafına prioritet sahə kimi yanaşmağa başladı və Milli Olimpiya Komitəsinin (MOK) təşəbbüsü ilə beynəlxalq idman tədbirlərinə ev sahibliyi etmək üçün zəruri infrastruktur qurulmağa başlandı (<https://www.olympic.az/>). Bu dövrdə idman kompleksləri, stadionlar, su idman qurğuları və dağ-xizək mərkəzləri inşa olundu. 2004-cü ildə Quba, Şamaxı və İsmayıllı kimi rayonlarda dağ turizmi və yürüş marşrutları rəsmi şəkildə istifadəyə verildi (Turizm və İdman Nazirliyi, 2005). Eyni zamanda 2012-ci ildən Şahdağ Turizm Kompleksinin istifadəyə verilməsi ilə dağ-xizək və qış idmanı turizmi canlandı.

4. Qloballaşma və brendləşmə mərhələsi (2015–indiki dövr)-Bu dövrdə Azərbaycan idman turizmini beynəlxalq səviyyədə tanıtmmaq üçün böyük layihələr həyata keçirdi. Aşağıdakı tədbirlər bu sahənin əsas inkişaf dayaq nöqtələridir: I Avropa Oyunları (Bakı), Formula 1 Bakı Qran-Prisi (illik əsasda), IV İslam Həmrəyliyi Oyunları, UEFA Avro-2020-nin oyunlarının Bakıda təşkili və.s

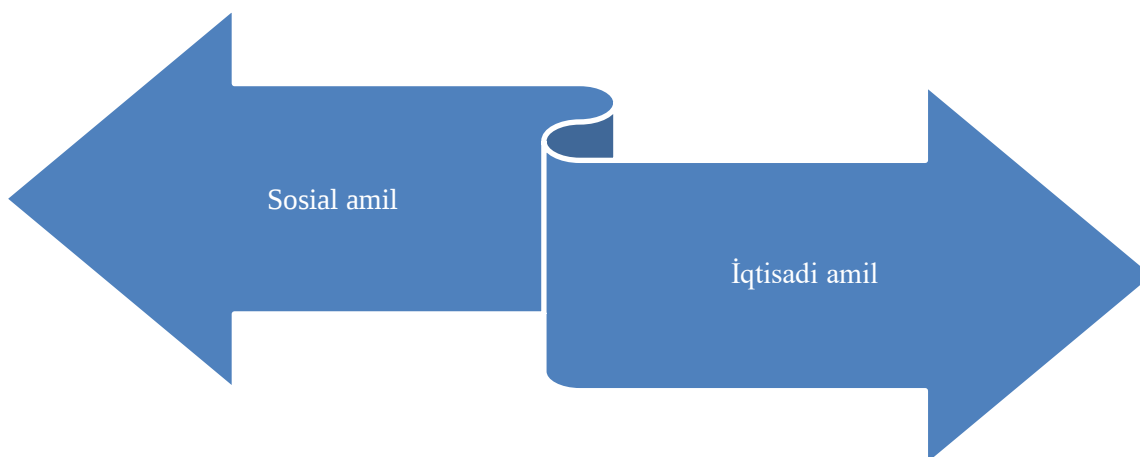
Bu tədbirlər həm infrastrukturun, həm də ölkə brendinin formalaşmasına xidmət etdi. Bakı Olimpiya Stadionu, Bakı Su İdmanı Sarayı, Milli Gimnastika Arenası və digər obyektlər bu dövrdə fəaliyyətə başladı. Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində (Qəbələ, Qax, Şəki, Zaqatala və s.) idman-yürüş və dağçılıq turizmi üzrə marşrutlar təşkil olunmağa başlandı (DOST Agentliyi, 2021). Dövlət Turizm

Agentliyi və Gənclər və İdman Nazirliyi bu sahənin koordinasiyasını həyata keçirən əsas qurumlara çevrildi.

### 1.3. İdman turizminin sosial-iqtisadi əhəmiyyəti və davamlı turizmdə rolu

İdman turizmi müasir dövrdə global turizm sənayesinin ən dinamik və gəlirli sahələrindən biri olmaqla yanaşı, sosial rifahın artırılması, iqtisadi fəallığın gücləndirilməsi və dayanıqlı inkişaf məqsədlərinə töhfə verən çoxfunksiyalı bir fəaliyyət sahəsidir. Bu sahənin cəlbediciliyi onun sadəcə idman tədbirlərinə yönəlməsindən deyil, həm də Şəkil 1.4 də qeyd edildiyi kimi geniş sosial və iqtisadi təsir dairəsinə malik olmasından irəli gəlir.

Şəkil 1.4 İdman turizminə təsir edən amillər



Mənbə: Higham, J., & Hinch, T. (2009). *Sport and tourism: Globalization, mobility and identity* (2nd ed.). Routledge.

Şəkildən göründüyü kimi sosial amil-İdman turizmi insanların cəmiyyətə inteqrasiyasını sürətləndirən və fərqli mədəniyyətlər arasında dialoqu təşviq edən sosial platforma yaradır. Beynəlxalq və yerli idman tədbirlərinə iştirak edən şəxslər yeni insanlarla əlaqə qurur, fərqli dəyərləri öyrənir və tolerantlıq mühitinin yaradılmasına dəstək olur. Bu, xüsusilə gənclər və tələbələr arasında sağlam həyat

tərzinin təbliği və anti-sosial davranışların qarşısının alınması baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. İdman turizmi çərçivəsində keçirilən tədbirlər-yürüşlər, marafonlar, su və dağ idmanları-fiziki aktivliyi artırır və bu da əhəlinin sağlamlıq göstəricilərinə müsbət təsir edir. Eyni zamanda, bu turizm növü gender bərabərliyini dəstəkləyir, çünki həm kişilər, həm də qadınlar idman fəaliyyətlərinə eyni hüquqlarla qoşula bilirlər (Higham & Hinch, 2009).

İqtisadi amil-İdman turizmi birbaşa və dolaylı iqtisadi təsirlərə malikdir. İdman tədbirləri zamanı ölkəyə gələn turistlərin yerləşmə, nəqliyyat, restoran, əyləncə və alış-veriş sektorlarına yönəltdiyi xərclər nəticəsində böyük həcmdə gəlir formalaşır. Məsələn, 2015-ci ildə Bakıda keçirilən I Avropa Oyunları zamanı Azərbaycan 28 ölkədən minlərlə turist qəbul etmiş və iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrinə yüz milyonlarla manatlıq töhfə verilmişdir (Dövlət Turizm Agentliyi, 2016). İdman turizmi həmçinin məşğulluğu stimullaşdırır. Turizm xidmətləri sahəsində yeni iş imkanlarının yaradılması, yerli əhəlinin turizm fəaliyyətlərinə cəlb edilməsi və mövcud bacarıqların artırılması bu sahənin iqtisadi dəyər zəncirini genişləndirir, nəticədə regionlarda iqtisadi fəallığın və sosial sabitliyin təmin olunmasına kömək edir.

İdman turizmi dayanıqlı turizmin üç əsas komponenti – iqtisadi, sosial və ekoloji davamlılıq – ilə sıx əlaqəlidir. Bu turizm növü bir çox hallarda mövsümi asılılığı aradan qaldırır, çünki idman tədbirləri ilin müxtəlif fəsillərində keçirilə bilər. Dağ-xizək turizmi (qış aylarında), yay yürüşləri və ekstremal idman turları (yay aylarında) bu baxımdan əhəmiyyətli imkanlar yaradır (UNWTO, 2021). Ekoloji baxımdan isə idman turizminin davamlı formaları – velosiped turları, yürüşlər, triatlon tədbirləri və açıq hava idman növləri – ətraf mühitə minimal təsirlə həyata keçirilir. Bununla yanaşı, yaşıl infrastrukturun tətbiqi (enerji səmərəli stadionlar, tullantıların azaldılması strategiyaları, ekosertifikatlı otellər) bu turizm növünü ekoloji cəhətdən daha məsuliyyətli edir. Yerli icmaların idman tədbirlərinə

və turizm xidmətlərinə cəlb olunması isə sosial dayanıqlılığın artırılmasına şərait yaradır. İcma əsaslı idman festivalları, könüllülük proqramları və yerli sahibkarlığın dəstəklənməsi bu baxımdan əhəmiyyətlidir (Weed & Bull, 2009).

İdman turizmi yalnız əyləncə və idmanla məhdudlaşmayan, həmçinin sosial, iqtisadi və ekoloji sahələrdə kompleks və çoxşaxəli təsir gücünə malik olan strateji bir turizm istiqamətidir. Bu sahənin davamlı inkişafı üçün dövlət siyasətinin gücləndirilməsi, ekoloji və sosial məsuliyyətli yanaşmaların tətbiqi və regionlarda idman infrastrukturunun inkişafı vacibdir. Azərbaycan bu sahədə beynəlxalq tədbirlərə ev sahibliyi etməklə qlobal idman turizmi xəritəsində öz mövqeyini gücləndirməkdədir.

## FƏSİL II. AZƏRBAYCANDA İDMAN TURİZMİNİN MÜASİR VƏZİYYƏTİNİN TƏHLİLİ VƏ PROBLEMLƏRİ

### 2.1. Azərbaycan da idman turizminin müasir vəziyyəti və təhlili

İdman turizmi insanların həm istirahət, həm də fiziki və mədəni fəaliyyətlər vasitəsilə yeni yerləri kəşf etməsinə, sağlam həyat tərzini təşviq etməsinə və fərqli təcrübələr qazanmasına şərait yaradan mühüm sahələrdən biridir. Azərbaycan da zəngin təbiəti, müxtəlif iqlim zonaları və inkişaf etmiş idman infrastrukturu sayəsində güclü idman turizmi potensialına malikdir.

Azərbaycan son illərdə Cənubi Qafqazın əsas idman turizm mərkəzlərindən birinə çevrilmişdir və müasir idman obyektləri, beynəlxalq yarışlara ev sahibliyi təcrübəsi və turizm infrastrukturunun sürətli inkişafı sayəsində regionda mühüm idman turizmi potensialına malikdir. Aşağıdakı cədvəl 2.1də Azərbaycanda 2015-ci ildən bugünə qədər təşkil olunan idman tədbirləri öz əksini tapmışdır.

Cədvəl 2.1 Azərbaycanda keçirilən idman tədbirləri

| Tədbirin adı                                   | Keçirildiyi il | Təsviri                                                                               |
|------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Avropa Oyunları                                | 2015           | Avropanın ilk çoxnövlü idman oyunları, 50 ölkədən 6,000-dən çox idmançı iştirak edib. |
| İslam Həmrəyliyi Oyunları                      | 2017           | İslam ölkələri arasında keçirilən çoxnövlü idman yarışları.                           |
| Formula 1 – Azərbaycan Qran Prisi              | 2016-2023      | Dünya üzrə məşhur avtomobil yarışı, şəhər trasında keçirilir.                         |
| UEFA Avropa Liqasının Finalı                   | 2019           | Arsenal və Chelsea klubları arasında keçirilmiş mötəbər futbol oyunu.                 |
| UEFA Avro 2020 (futbol üzrə Avropa çempionatı) | 2021           | Bakı 4 oyuna ev sahibliyi edib (qrup və 1/4 final mərhələləri).                       |
| Bakı Marafonu                                  | 2016-2024      | Hər il keçirilən, həm yerli, həm də beynəlxalq iştirakçıları cəlb edən qaçış tədbiri. |

|                                                             |                  |                                                                          |
|-------------------------------------------------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Cüdo üzrə Dünya Kuboku və Qran Pri                          | Müxtəlif illərdə | Beynəlxalq səviyyəli cüdo turnirləri.                                    |
| Gimnastika üzrə Dünya Kuboku və Avropa çempionatları        | 2014–2023        | Bakı Gimnastika Arenasında keçirilən nüfuzlu yarışlar.                   |
| Karate, Tekvondo, Güləş üzrə beynəlxalq yarışlar            | Davamlı olaraq   | Fərqli illərdə keçirilmiş beynəlxalq səviyyəli turnirlər.                |
| FİDE Şahmat Qran Pri seriyası                               | 2022             | Şahmat üzrə beynəlxalq reytingli yarışlar.                               |
| Avropa Triatlon Kuboku                                      | 2023             | Xəzər sahilində keçirilmiş açıq hava idman tədbiri.                      |
| Velosiped üzrə Bakı Turu (Tour d’Azerbaïdjan)               | 2012-2017        | Beynəlxalq velosiped yarış, müxtəlif marşrutlarla.                       |
| Futbal üzrə UEFA Çempionlar Liqası oyunları                 | Müxtəlif illər   | “Araz Naxçıvan” klubu ilə bağlı keçirilmiş beynəlxalq matçlar.           |
| Uşaq və yeniyetmələr arasında beynəlxalq idman festivalları | Davamlı olaraq   | Gənc idmançıların iştirakı ilə keçirilən yarışlar və təlim toplanışları. |

**Mənbə:** Gənclər və İdman Nazirliyi tərəfindən əldə edilən məlumatlar əsasında müəllif tərəfindən hazırlanıbdır.

Cədvəldən göründüyü kimi əks olunan məlumatlar göstərir ki, Azərbaycan son onillikdə təkcə regional deyil, qlobal miqyasda da idman tədbirlərinə ev sahibliyi edən aparıcı ölkələrdən birinə çevrilmişdir. Tədbirlərin spektri həm yay, həm də qış idman növlərini, həm komandalararası, həm də fərdi yarışları, həm də peşəkar və həvəskar səviyyəli turnirləri əhatə edir. Bu müxtəliflik idman turizminin inklüzivliyini və strateji genişliyini nümayiş etdirir. Cədvəldə təqdim olunan tədbirlərin təhlili, Azərbaycanın idman turizmi sektorunun strateji inkişafında mühüm irəliləyişlər əldə edildiyini göstərir. Eyni zamanda, tədbirlərin müxtəlif növləri, coğrafi yayılması, dövrü xarakteri və sosial integrativliyi, ölkənin bu sahədəki davamlı inkişaf modelinə əsaslandığını təsdiqləyir. Lakin tədbirlərin

əsasən Bakı şəhərində cəmlənməsi və regionlarda turizm tutumunun yetərinə aktivləşdirilməməsi sahənin gələcək mərhələdə üzərinə düşən əsas strateji vəzifələrdən biridir. Bunun üçün regionlara yönəlik idman tədbiri planlaması, yerli icmaların prosesə integrasiyası, və rəqəmsal təbliğat imkanlarının gücləndirilməsi vacibdir.

Azərbaycanda idman turizminin inkişaf etdirilməsi məqsədilə regionlarda müasir idman infrastrukturunun formalaşdırılması istiqamətində mühüm addımlar atılmışdır. Hazırda ölkədə 39-dan çox Olimpiya İdman Kompleksi fəaliyyət göstərir. Bu obyektlər, həm yerli əhalinin sağlam həyat tərzini və fiziki fəallığa cəlb olunmasına, həm də beynəlxalq və milli səviyyəli idman tədbirlərinin keçirilməsinə strateji əhəmiyyət kəsb edir. Sözügedən komplekslər müasir tələblərə cavab verən şəkildə inşa olunub və müxtəlif idman növlərinin təşkil olunması üçün zəruri texniki imkanlarla təmin edilib. Bu komplekslər yalnız mərkəzi şəhərlərdə deyil, eyni zamanda regionların sosial-iqtisadi inkişafını dəstəkləyən mühüm infrastruktur elementləri kimi çıxış edir. Aşağıdakı cədvəldə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən əsas idman infrastruktur obyektləri ümumiləşdirilmişdir.

Cədvəl 2.2 Azərbaycanın idman ifrastrukturunu

| Region / Şəhər | İdman Obyekti                   | Növü                   | Təyinatı / İstifadə                          | Açılış ili |
|----------------|---------------------------------|------------------------|----------------------------------------------|------------|
| Bakı           | Bakı Olimpiya Stadionu          | Stadion                | Futbol oyunları, Avropa Oyunları, konsertlər | 2015       |
| Bakı           | Milli Gimnastika Arenası        | Qapalı arena           | Gimnastika, döyüş idman növləri              | 2014       |
| Bakı           | Bakı Su İdmanı Sarayı           | Su idman kompleksi     | Üzgüçülük, su polos, su oyunları             | 2015       |
| Qusar          | Şahdağ Turizm Mərkəzi           | Dağ-xizək kompleksi    | Qış idmanları, xizək, snoubord               | 2012       |
| Qəbələ         | Qəbələ Atıcılıq Kompleksi       | Atıcılıq poliqonu      | Atıcılıq üzrə yarışlar və təlimlər           | 2014       |
| Qəbələ         | Qəbələ İdman Klubu Stadionu     | Stadion                | Regional futbol oyunları                     | 2005       |
| Şamaxı         | Şamaxı Olimpiya İdman Kompleksi | Olimpiya idman mərkəzi | İdman tədbirləri, yerli turnirlər            | 2007       |

|                   |                              |                        |                                  |      |
|-------------------|------------------------------|------------------------|----------------------------------|------|
| Gəncə             | Gəncə İdman Sarayı           | Qapalı idman sarayı    | Voleybol, basketbol, güləş və s. | 2008 |
| Tufandağ (Qəbələ) | Tufandağ Dağ-Xizək Mərkəzi   | Dağ-xizək kompleksi    | Qış turizmi, ekstremal idmanlar  | 2014 |
| Zaqatala          | Zaqatala Olimpiya Kompleksi  | Olimpiya idman mərkəzi | Üzgüçülük, futbol, güləş və s.   | 2009 |
| Mingəçevir        | Mingəçevir Avarçəkmə Mərkəzi | Su idmanı mərkəzi      | Kanoe, qayıq və kayak yarışları  | 2010 |

**Mənbə:** Gənclər və İdman Nazirliyi. (2024). *Azərbaycanda idman infrastrukturunu və Olimpiya kompleksləri haqqında illik hesabat*. Bakı: Gənclər və İdman Nazirliyinin Nəşriyyatı.

Cədvəldən göründüyü kimi Azərbaycanın idman infrastrukturunu coğrafi və funksional baxımdan nəzərəcarpacaq şəkildə diversifikasiya olunmuş və turizm imkanlarını dəstəkləyəcək səviyyəyə çatdırılmışdır. Bakı şəhəri beynəlxalq səviyyəli tədbirlər üçün əsas mərkəz olmaqla yanaşı, regionlarda yerləşən ixtisaslaşmış komplekslər də yerli və spesifik idman turizmi məhsullarının formalaşdırılmasına şərait yaradır. Bununla belə, infrastrukturun daha səmərəli istifadəsi üçün aşağıdakı sahələr üzrə strategiyalar hazırlanmalıdır: Regionlararası turizm marşrutlarının yaradılması (məsələn, Qəbələ–Şəki–Zaqatala idman turu), idman obyektlərinin ilboyu istifadəsinin təşkili (məsələn, yayda xizək mərkəzlərinin yay idmanlarına uyğunlaşdırılması), yerli əhalinin turizm xidmətlərinə cəlbi və bələdçilik proqramlarının tətbiqi və s. Bu təhlil, Azərbaycanın idman infrastrukturunun yalnız yarışların təşkilinə deyil, eyni zamanda turizm sənayesinin dayanıqlı inkişafı üçün də vacib bir platforma olduğunu göstərir.

Tədqiqatın bu hissəsində, Bakı şəhərində idman turizmin güclü və zəif tərəfləri, fürsət və təhlükələrini qiymətləndirmək üçün Cədvəl 2.3 də GZİT təhlil aparılmışdır. GZİT təhlili hazırlamaq üçün Gənclər və İdman Nazirliyindən məlumatlar əldə edilmiş, idman turizmi haqqında internet saytları, kitablar və məqalələr araşdırılmışdır.

Cədvəl 2.3 Azərbaycanın idman turizmində GZİT təhlili

| Güclü Tərəflər (Strengths)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Zəif Tərəflər (Weaknesses)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Beynəlxalq səviyyəli tədbirlərə ev sahibliyi (Avropa Oyunları, F1)</li> <li>✓ Bakı və regionlarda müasir idman kompleksləri</li> <li>✓ İqlim və coğrafi müxtəliflik – dağ, qış və yay idman imkanları</li> <li>✓ Dövlətin idmana və turizmə maliyyə dəstəyi</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Regionlarda infrastrukturun qeyri-bərabər inkişafı</li> <li>✓ Xidmət sektorunda ixtisaslı kadr çatışmazlığı</li> <li>✓ İdman turizminin marketing və rəqəmsal platformalarda zəif təmsili</li> <li>✓ İdman turizminə dair müstəqil statistik və analitik bazanın olmaması</li> </ul>                                                                                                                  |
| İmkanlar (Opportunities)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Təhdidlər (Threats)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Regionlarda dağ-xizək, yürüş və ekstremal idman turizminin inkişafı</li> <li>✓ Yerli icmaların turizm fəaliyyətlərinə cəlb olunması</li> <li>✓ Ekoloji və davamlı idman turizmi modellərinin tətbiqi</li> <li>✓ İdman turizminin qeyri-neft sektoru kimi iqtisadi şaxələndirməyə töhfəsi</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ İqlim dəyişiklikləri və hava şəraiti riskləri</li> <li>✓ Regionda siyasi və geosiyasi sabitlik riskləri</li> <li>✓ Bəzi beynəlxalq tədbirlərin regiondan yayındırılması riski</li> <li>✓ Regionda artan rəqabət (İstanbul, Doha, Dubay və s.)</li> <li>✓ Pandemiya və fəvqəladə hallar nəticəsində tədbirlərin ləğv riski</li> <li>✓ Kütləvi tədbirlərin ətraf mühitə mənfi təsir ehtimalı</li> </ul> |

Cədvəldən göründüyü kimi aparılan GZİT təhlili göstərir ki, Azərbaycan idman turizmi sahəsində güclü tərəflərə malik olmaqla yanaşı, bəzi struktur zəifliklər, strateji boşluqlar və xarici risk amilləri ilə də qarşı-qarşıyadır. Bu balanslaşdırılmış vəziyyət, sahənin inkişafını təmin etmək üçün sistemli yanaşmaların və kompleks tədbirlərin hazırlanmasını zəruri edir. Güclü tərəflərin üstünlüyü və möhkəmləndirilməsi potensialı Azərbaycanın beynəlxalq səviyyəli idman tədbirlərinə (Avropa Oyunları, Formula 1, UEFA oyunları və s.) ev sahibliyi etməsi, ölkənin idman turizmi üzrə qlobal imicini formalaşdırmış və bu sahənin strateji əhəmiyyətini artırmışdır. Bakı və bəzi regionlarda tikilmiş müasir idman

infrastrukturları (stadionlar, qapalı arenalar, dağ-xizək kompleksləri, su idman mərkəzləri) idman turizminin dayanıqlı inkişafı üçün əsaslı bir baza yaradır. Bundan əlavə, ölkənin iqlim və coğrafi müxtəlifliyi – dağ, düzənlik və dəniz sahələrinin mövcudluğu – həm yay, həm də qış idman növləri üçün əlverişli şərait yaradır. Dövlətin bu sahəyə davamlı maliyyə və institusional dəstək göstərməsi güclü tərəflərin davamlılığını təmin edir. Zəif tərəflərin aradan qaldırılması üzrə prioritet ehtiyaclar, regionlarda infrastrukturun qeyri-bərabər inkişafı, xidmət sahəsində ixtisaslı kadr çatışmazlığı və rəqəmsal tanıtımın zəifliyi sektoral balanssızlığı artırır. İdman turizminə dair spesifik statistik baza və analitik təhlillərin olmaması isə strategiyaların elmi əsasla planlaşdırılmasına mane olur. Bu zəifliklər güclü tərəflərin effektivliyini azaltmaqda və resursların qeyri-səmərəli istifadəsinə səbəb olmaqda davam edir. İmkanların dəyərləndirilməsi və genişləndirilməsi təhlili göstərir ki, regionlarda dağ-xizək, yürüş və ekstremal idman növlərinin təşviqi idman turizminin şaxələndirilməsi üçün mühüm fürsətlər təqdim edir. Eyni zamanda, yerli icmaların idman turizmi fəaliyyətlərinə cəlb olunması və ekoloji baxımdan dayanıqlı modellərin tətbiqi bu sahədə sosial-iqtisadi effektivliyi artırmaqla yanaşı, turizmin inklüzivliyini də təmin edə bilər. İdman turizminin qeyri-neft sektoru daxilində alternativ iqtisadi mənbəyə çevrilməsi, ölkənin iqtisadiyyatının şaxələndirilməsi strategiyası ilə tamamilə uyğundur və regionların iqtisadi canlanmasına əhəmiyyətli töhfə verə bilər. Təhdidlərin idarə edilməsi və proaktiv yanaşma zərurəti regionda müşahidə olunan siyasi və geosiyasi risklər, bəzi beynəlxalq tədbirlərin başqa ölkələrə (İstanbul, Doha, Dubay və s.) yönəldilməsi və global pandemiya riskləri idman turizmi sektorunda davamlılığı təhlükə altına ala bilər. Həmçinin, kütləvi tədbirlərin ətraf mühitə mənfi təsirləri dayanıqlı turizm hədəfləri ilə ziddiyyət təşkil edə bilər. Bu təhdidlərin idarə olunması üçün risk əsaslı planlaşdırma,

fövqəladə hallara hazırlıq, ətraf mühitə uyğun tədbir planları və beynəlxalq tərəfdaşlıq strategiyaları hazırlanmalıdır.

Azərbaycanın idman turizmi sektoru, güclü tərəflərini qoruyub zəiflikləri aradan qaldırmaqla, mövcud imkanlardan strateji şəkildə yararlanmaq və mümkün təhdidlərə qarşı davamlı mexanizmlər qurmaqla regionda lider idman turizmi məkanına çevrilə bilər. Bu isə kompleks yanaşma, dövlət-özəl sektor əməkdaşlığı, yerli icmaların cəlbi və rəqəmsal transformasiya ilə mümkündür.

Azərbaycanda idman turizminə dair spesifik statistik məlumatlar məhdudd olsa da, ümumi turizm sektorunun göstəriciləri və beynəlxalq tədbirlərin təsiri əsasında bu sahənin iqtisadi əhəmiyyətini Formula 1 Azərbaycan Qran Prisi misalında qiymətləndirmək mümkündür. Formula 1 Azərbaycan Qran Prisi, 2016-cı ildən etibarən Bakıda keçirilən və ölkənin iqtisadiyyatına əhəmiyyətli töhfə verən beynəlxalq idman tədbiridir. PricewaterhouseCoopers (PwC) tərəfindən aparılan araşdırmaya əsasən, 2016-2019-cu illər arasında keçirilən ilk dörd Formula 1 yarışını Azərbaycanın iqtisadiyyatına ümumilikdə 506.3 milyon ABŞ dolları məbləğində birbaşa və dolaylı gəlir gətirmişdir. Bu gəlirlər əsasən yerləşmə, ictimai iaşə, nəqliyyat, rabitə və digər xidmət sektorlarından əldə olunmuşdur. Birbaşa gəlirlər əsas yarış iştirakçılarının və azarkeşlərinin otellərdə qalması, restoranlarda yemək yeməsi və digər xidmətlərdən istifadə etməsi nəticəsində əldə olunan birbaşa gəlirlər ümumi təsirin əhəmiyyətli hissəsini təşkil edir. Dolaylı gəlirlər isə formula 1 tədbirinin keçirilməsi ilə əlaqədar olaraq digər sahələrdə, məsələn, kənd təsərrüfatı, topdan və pərakəndə ticarət, enerji və kommunal xidmətlərdə də gəlir artımı müşahidə olunmuşdur və Azərbaycan hökuməti Formula 1 yarışının keçirilməsi üçün illik olaraq təxminən 55-57 milyon ABŞ dolları məbləğində təşkilat haqqı ödəyir (<https://www.bakucitycircuit.com/az/>). Yarışın keçirilməsi üçün şəhər infrastrukturunun yenilənməsi, təhlükəsizlik tədbirləri və digər təşkilati məsələlər üçün əlavə xərclər tələb olunur. Formula 1

yarışları zamanı Bakıya gələn turistlərin sayı əhəmiyyətli dərəcədə artır. Məsələn, 2024-cü il yarışında otellərin doluluq səviyyəsi maksimuma çatmış və əlavə tribunaların quraşdırılması ilə tamaşaçı tutumu 35% artırılmışdır (<https://caliber.az/en/>). Yarışların təşkili zamanı minlərlə insan müvəqqəti işlə təmin olunur. Məsələn, 2024-cü ildə 1,500 işçi, 2,000 könüllü və 1,400 marşal yarışın keçirilməsində iştirak etmişdir (<https://caliber.az/en/>). 2020-ci ildə COVID-19 pandemiyası səbəbindən yarış keçirilməmişdir. 2021-ci ildə yarış tamaşaçısız keçirilmişdir, bu da turizm və xidmət sektorlarına olan birbaşa təsiri məhdudlaşdırmışdır. 2022–2023-cü illər ərzində mövcud məlumatlara görə, bu illərdə keçirilən yarışlar nəticəsində Azərbaycanın turizm və qonaqpərvərlik sektorlarına illik olaraq təxminən 20 milyon ABŞ dolları məbləğində birbaşa və dolayı gəlir daxil olmuşdur (<https://azerbaijantoday.az/2024>). 2023-cü ildə keçirilən yarış zamanı biletlərin 90%-i satılmış və bu biletlərin 70%-i xarici turistlər tərəfindən alınmışdır. Bu, əvvəlki illərlə müqayisədə rekord göstəricidir. Formula 1 yarışlarının təşkili zamanı minlərlə insan müvəqqəti işlə təmin olunur. Məsələn, 2023-cü ildə 1,500 könüllü və 1,400 marşal yarışın keçirilməsində iştirak etmişdir.

2019–2023-cü illər arasında keçirilən Formula 1 Azərbaycan Qran Prisi, ölkənin iqtisadiyyatına və beynəlxalq imicinə müsbət təsir göstərmişdir və yarışların gətirdiyi birbaşa və dolayı gəlirlər, turizm sektorunun inkişafı və yeni iş yerlərinin yaradılması kimi faktorlar bu tədbirin əhəmiyyətini artırır (Şirinov, 2019). Lakin, pandemiya və digər xarici amillər səbəbindən bəzi illərdə gəlirlərin azalması müşahidə olunmuşdur. Bu səbəbdən, yarışların uzunmüddətli iqtisadi faydalarının davamlı olması üçün şəffaflıq və effektiv idarəetmə vacibdir.

## **2.2. Azərbaycanda idman turizminin formalaşması problemləri və perspektivləri**

Azərbaycanda idman turizminin formalaşması problemləri və perspektivlərini araşdırmaq üçün anket sorğudan istifadə edilmişdir. Sorğunun hazırlanmasında google formsdan istifadə olunmuşdur. Sorğunun məqsədi Azərbaycanda yerli vətəndaşlar, gənclər və idman həvəskarlarının idman turizmi ilə bağlı məlumatlılığı, iştirak səviyyəsi və inkişaf imkanlarını öyrənməkdən ibarətdir. Anket sorğuda 155 nəfər respondent iştirak etmişdir və sorğunun tədqiq etmək üçün python alətindən istifadə edilmişdir.

Tədqiqat işi hazırlanarkən qeyd olunan məqsədə uyğun aşağıdakı məqamlara cavab axtarılmışdır:

- ✓ Məlumatlılıq səviyyəsi ilə məlumat marağı arasındakı əlaqə
- ✓ İştirak və məlumatlılıq səviyyəsi arasındakı əlaqə
- ✓ İdman turizmi ilə bağlı respondentlərin münasibətləri
- ✓ İdman turizmi ilə bağlı əsas problemlər və maneələr
- ✓ İdman turizminin inkişaf perspektivləri

Sorğuda iştirak edənlərin 52.9%-i qadın, 47.1%-i kişi olmuşdur. Bu, respondentlərin cins balansının nisbətən bərabər olduğunu göstərsə də, qadın iştirakçıların az da olsa üstünlük təşkil etdiyini nümayiş etdirir.

Respondentlərin əsas hissəsini 18–25 yaş aralığındakı şəxslər təşkil edir. Bu yaş qrupu xüsusilə həm kişi, həm də qadınlar arasında üstünlük təşkil edir. Bu, gənclərin idman turizminə daha çox maraq göstərdiyini və ya sorğunun daha çox gənclərə çatdırıldığını göstərir.

Təhlil göstərir ki, respondentlərin əksəriyyəti ali təhsil almış və ya ali təhsil alan şəxslərdir. Bu isə idman turizminə dair məlumatlılıq və iştirak səviyyəsinin daha çox intellektual təbəqə arasında yayıldığını göstərir. Orta və peşə təhsilli respondentlərin nisbətən azlığı bu sahələrdə məlumatlılıq və iştirakın aşağı səviyyədə olduğunu göstərir və maarifləndirmə ehtiyacını vurğulayır.

Respondentlərin coğrafi bölgüsünə əsasən, ən çox təmsil olunan ərazi Şəki-Zaqatala iqtisadi rayonudur (kişilərdə 41.1%, qadınlarda 39.0%). Növbəti yerləri Bakı, Abşeron-Xızı və Quba-Xaçmaz bölgələri tutur.

Ümumi respondent profili göstərir ki, sorğuda gənc, ali təhsilli, qadın cinsindən olan və əsasən Şəki-Zaqatala bölgəsində yaşayan yerli şəxslər üstünlük təşkil edir. Bu demoqrafik struktur nəticələrin lokal və gənc auditoriya baxımından formalaşdığını, eləcə də idman turizmi ilə bağlı planlaşdırılacaq strategiyaların bu auditoriyanı nəzərə alaraq hazırlanmasının vacibliyini ortaya qoyur.

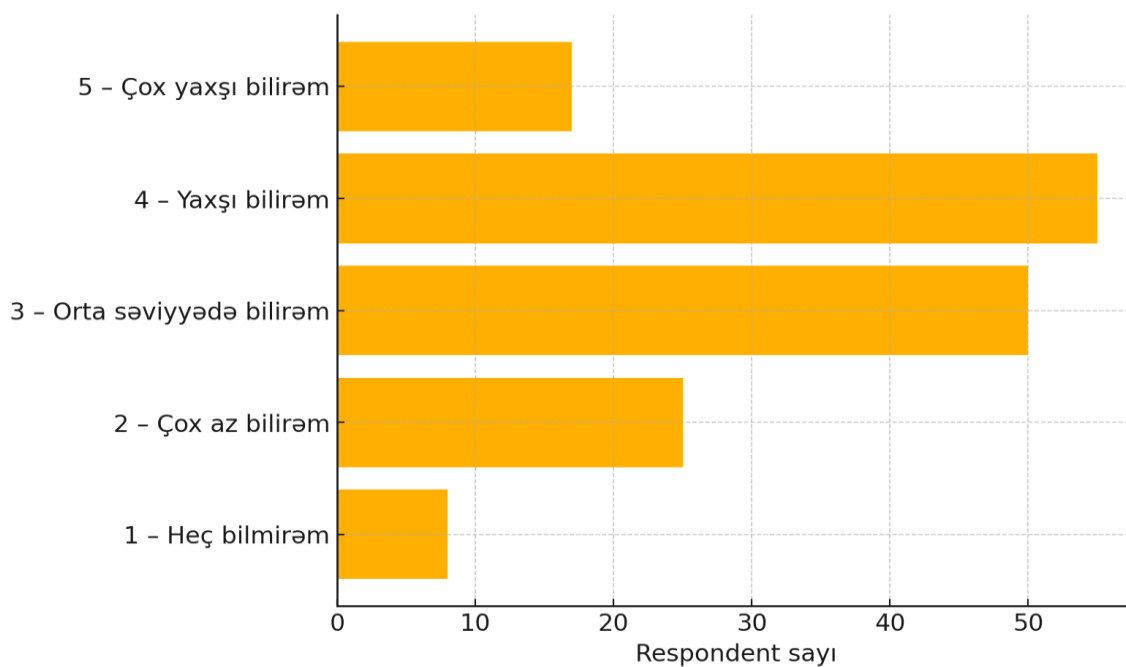
1.Məlumatlılıq səviyyəsi ilə məlumat marağı arasındakı pearson korelyasiya analizi nəticəsində əhəmiyyətli əlaqə müəyyən edilmişdir.

- ✓ Korelyasiya əmsalı ( $r$ ) = 0.319-bu, müsbət və zəif səviyyəli əlaqəni göstərir.
- ✓  $p$ -dəyəri = 0.0002- nəticə statistik cəhətdən əhəmiyyətlidir ( $p < 0.05$ )

Bu o deməkdir ki, respondentlərin idman turizmi haqqında daha yüksək məlumatlılıq səviyyəsi göstərməsi, onların bu sahədə əlavə məlumat almağa daha çox maraqlı olduqlarını proqnozlaşdırmağa imkan verir. Başqa sözlə, müəyyən bilik səviyyəsinə sahib olmaq öyrənmə və iştirak motivasiyasını gücləndirə bilər.

Aşağıdakı Şəkil 2.1 də respondentlərin idman turizmi haqqında məlumat səviyyəsinin nəticələri öz əksini tapmışdır.

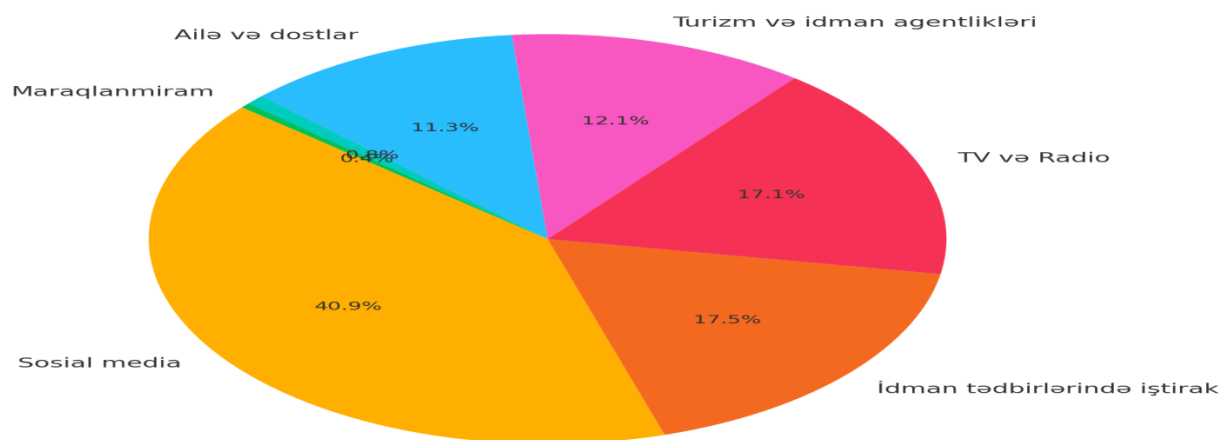
Şəkil 2.1 Məlumatlılıq səviyyəsinin qiymətləndirilməsi



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Aşağıdakı şəkildə isə idman turizmi haqqında məlumatların əldə edilməsi mənbələri göstərilmişdir.

Şəkil 2.2 Əsas məlumat mənbələrinin paylanması



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Şekillərdən də göründüyü kimi respondentlərin əksəriyyəti idman turizminə dair orta səviyyəli məlumatla sahibdir və məlumat mənbələri əsasən sosial media və kütləvi informasiya vasitələridir. Demografik qruplar arasında isə gənclər və qadınlar bu sahəyə dair daha çox məlumat almağa daha çox meyillidir.

2.İştirak və məlumatlılıq səviyyəsi arasındakı əlaqə Chi-square ( $\chi^2$ ) testi nəticələrinə əsasən araşdırılmışdır

✓ Chi-square dəyəri ( $\chi^2$ ) = 64.68

✓ p-dəyəri =  $3.13 \times 10^{-9}$

Bu nəticə göstərir ki İştirak tezliyi ilə idman turizminə dair məlumatlılıq səviyyəsi arasında statistik cəhətdən əhəmiyyətli bir əlaqə var.Yəni, daha tez-tez idman turizmi tədbirlərində iştirak edən respondentlər, ümumilikdə bu sahədə daha yüksək məlumatlılıq səviyyəsinə sahibdirlər.

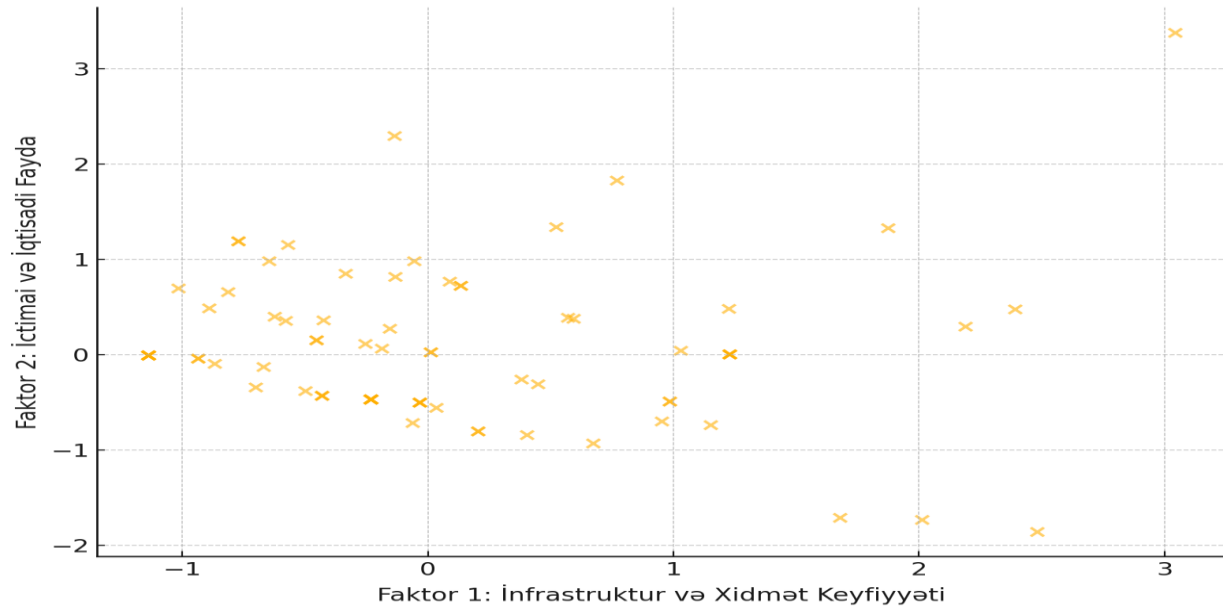
### 3. İdman turizmi ilə bağlı respondentlərin münasibətləri

Factor Analysis (Faktor Təhlili) nəticələrinə əsasən, bütün münasibət ifadələri iki əsas faktorda cəmlənmişdir.

✓ Faktor 1-Xidmət və infrastrukturla bağlı münasibətləri əks etdirir: "keyfiyyət", "infrastruktur", "təhlükəsizlik" bu faktorda yüksək yüklənmişdir.

✓ Faktor 2-İctimai fayda və inkişafıla bağlı münasibətləri əks etdirir: "iqtisadi inkişaf" və "sağlam həyat" burada ön plandadır.

Şəkil 2.3 Respondentlərin faktor məkanında dağılımı



Şəkildən də göründüyü kimi hər bir nöqtə bir respondenti təmsil edir və onların iki əsas faktora görə harada yerləşdiyini göstərir:

- ✓ X oxu (Faktor 1): İnfrastruktur və xidmət keyfiyyəti ilə bağlı münasibətləri əks etdirir.
- ✓ Y oxu (Faktor 2): İctimai və iqtisadi faydalarla bağlı münasibətləri təmsil edir.

Respondentlərin hansı sahədə daha güclü və ya zəif münasibət göstərdikləri bu məkanda vizual şəkildə görünür.

4. Azərbaycanda idman turizminin inkişafına mane olan problemlər aşağıdakı Şəkil 2.4 də öz əksini tapmışdır.

Şəkil 2.4 Azərbaycanda idman turizminin inkişafına maneələr



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

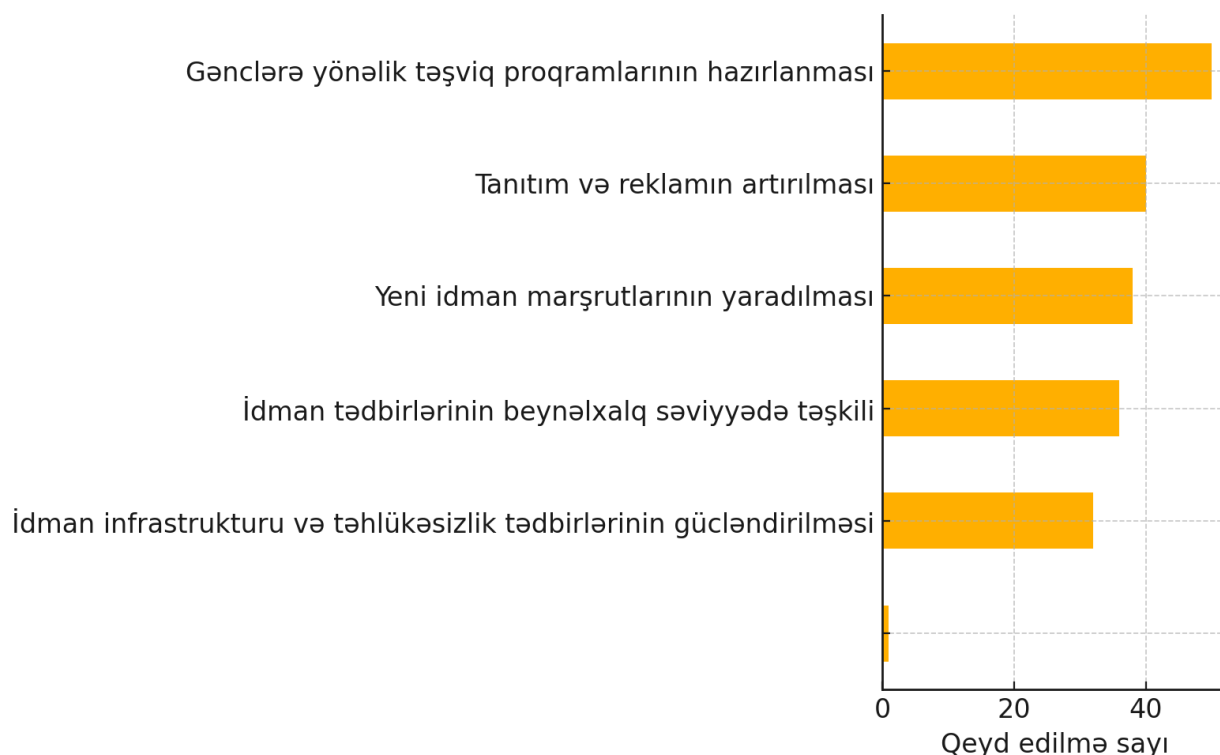
Respondentlərin qeyd etdiyi ən çox rast gəlinən çətinliklər bunlardır:

- ✓ İnfrastrukturun zəifliyi
- ✓ Təhlükəsizlik məsələləri
- ✓ Tədbirlərin təşkilində problemlər
- ✓ Qiymətlərin yüksəkliyi

Bu nəticələr göstərir ki, iştirakçılar idman turizmi ilə bağlı ən çox fiziki şərait, təhlükəsizlik və idarəetmə təşkilatı məsələlərindən narazıdırlar.

Aşağıdakı Şəkil 2.5 də Azərbaycan idman turizminin inkişafı üçün vacib tədbirlərin təhlili öz əksini tapmışdır.

Şəkil 2.5 Azərbaycan idman turizminin inkişafı üçün vacib tədbirlər



Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Şəkildən də göründüyü kimi respondentlərin təklif etdiyi əsas inkişaf istiqamətləri:

- ✓ İdman infrastrukturu və təhlükəsizlik tədbirlərinin yaxşılaşdırılması
- ✓ Yeni idman marşrutlarının yaradılması
- ✓ Gənclər və təhsil yönümlü təşviqat
- ✓ İdman tədbirlərinin sayı və tanıtımının artırılması

Bu tövsiyələrdən görünür ki, insanlar yalnız infrastrukturun deyil, həm də maarifləndirmə, planlaşdırma və təşviqat sahələrinin inkişaf etdirilməsini vacib sayırlar. Problemlər və təkliflər arasında paralel görünür: hansı sahədə problem varsa, orada inkişaf üçün təkliflər də çoxdur. Bu, real ehtiyaclara əsaslanan müsbət və məqsədyönlü rəy formalaşdığını göstərir.

Tədqiqatın nəticəsində respondentlər tərəfindən qeyd olunan əsas maneələr və problemlər aşağıdakı istiqamətlər üzrə qruplaşdırıla bilər:

- ✓ İnfrastrukturun zəifliyi – idman obyektlərinin fiziki şəraiti, çatışmayan texniki imkanlar və logistika problemləri bu qrupa daxildir.
- ✓ Təhlükəsizlik məsələləri – iştirakçılar idman tədbirlərinin keçirilməsində təhlükəsizlik tədbirlərinin qeyri-kafi olduğunu bildiriblər.
- ✓ Təşkilati çatışmazlıqlar – tədbirlərin qeyri-effektiv planlaşdırılması, gecikmələr və əlaqələndirmə problemləri bu kateqoriyaya daxildir.
- ✓ İqtisadi maneələr – yüksək iştirak haqları və maliyyə əlçatanlığının məhdudluğu idman turizmi üçün əhəmiyyətli bəyər kimi göstərilir.

Tədqiqatın nəticəsində respondentlərin tövsiyələrinə əsasən, idman turizminin inkişafı üçün aşağıdakı tədbirlərin həyata keçirilməsi vacib hesab olunur:

- ✓ İdman infrastrukturunu və təhlükəsizlik tədbirlərinin yaxşılaşdırılması – yeni idman obyektlərinin inşası və mövcudların təmiri.
- ✓ Yeni idman marşrutlarının yaradılması – regionların spesifik resurslarına uyğun marşrutlar planlaşdırılmalıdır.
- ✓ Maarifləndirmə və təşviqat – gənclər və təhsil yönümlü təşviq kampaniyaları vasitəsilə ictimai iştirakçılığın artırılması.
- ✓ Tədbirlərin tanıtımı və şəbəkələşmə – media, sosial platformalar və turizm agentlikləri vasitəsilə tədbirlərin geniş auditoriyaya çatdırılması.

Ümumilikdə, bu nəticələr göstərir ki, respondentlərin verdiyi cavablar problemin real əsaslarını əks etdirir və inkişaf üçün strukturlaşdırılmış strategiyalar təqdim edir. Problemlər və təkliflər arasındakı uyğunluq, bu sahəyə dair vətəndaş baxışının məqsədyönlü və reallığa əsaslandığını göstərir.

## FƏSİL III. DÜNYADA İDMAN TURİZMİNİN İNKİŞAF TƏCRÜBƏSİ VƏ AZƏRBAYCANA TƏTBİQİ

### 3.1 Dünya ölkələrində idman turizminin inkişaf modelləri

İdman turizmi müasir dövrdə beynəlxalq turizm bazarının mühüm seqmentlərindən birinə çevrilmişdir. Bir çox ölkələr idman turizmini iqtisadi inkişafın və beynəlxalq nüfuzun artırılmasının əsas aləti olaraq görür və bu sahənin inkişafı üçün müxtəlif strategiya və modellər tətbiq edirlər, eyni zamanda modellər ölkənin iqtisadi inkişaf səviyyəsi, turizm potensialı, dövlət siyasəti və özəl sektorun iştirak imkanlarına əsaslanır (Bal, 2001; UNWTO, 2019). Dünya ölkələrində idman turizminin inkişafı əsasən üç əsas model üzərində qurulub və aşağıdakı cədvəldə bu modellərin ümumi təsnifatı təqdim olunubdur.

Cədvəl 3.1 İdman Turizmi İnkişaf Modellərinin Ümumi Təsnifatı

| Model                                            | Xüsusiyyətlər                                                           | Nümunə ölkələr                        |
|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Dövlət təşəbbüslərinə əsaslanan model            | Dövlət əsas təşəbbüskardır, infrastruktur və tədbirləri maliyyələşdirir | Azərbaycan, Çin                       |
| Özəl sektor təşəbbüsünə əsaslanan model          | İdman tədbirləri əsasən özəl şirkətlər tərəfindən təşkil olunur         | ABŞ, Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri (BƏƏ) |
| Dövlət-özəl əməkdaşlığına əsaslanan hibrid model | Dövlət və özəl sektor birlikdə iştirak edir və vəsait ayırır            | Fransa, Avstraliya, Birləşmiş Krallıq |

Mənbə: Mules, T., & Faulkner, B. (1996). An economic perspective on special events. *Tourism Economics*, 2(2), 107–117. <https://doi.org/10.1177/135481669600200203>, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2024). *Tourism and sport: Sustainable growth through mega-events*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org>

Cədvəldən göründüyü kimi dövlət təşəbbüslərinə əsaslanan model-Bu modeldə dövlət idman infrastrukturunun inkişafına və beynəlxalq tədbirlərin təşkilinə birbaşa investisiya edir. Dövlət əsas təşkilatçı və maliyyə təminatçısı rolunu oynayır. Çin və Azərbaycan bu modelin nümunəsidir.Məsələn, Çin 2008-ci

ildə Pekin Yay Olimpiya Oyunlarını təşkil edərkən dövlət tərəfindən milyardlarla dollar sərmayə yatırılmış və yeni idman kompleksləri inşa olunmuşdur. Lakin Azərbaycanda Formula 1 Bakı Qran Prisi, Avropa Oyunları və İslam Həmrəyliyi Oyunları tamamilə dövlətin təşəbbüsü nəticəsində təşkil ediləndir. Bu modelin üstünlüyü sürətli inkişafın əldə olunmasında olsa da, davamlılıq və özəl sektorun iştirakını təşviq etmə baxımından bəzi çətinliklər meydana çıxı bilər (Ministry of Youth and Sports of Azerbaijan, 2023; IOC Reports, 2010).

Özəl sektor təşəbbüsünə əsaslanan model-Bu modeldə idman tədbirləri əsasən özəl şirkətlər tərəfindən təşviq edilir və maliyyələşdirilir. ABŞ və BƏƏ kimi ölkələrdə idman turizminin əsas inkişaf hərəkətverici qüvvəsi özəl sektordur. ABŞ-da Super Bowl, NBA, Major League Baseball kimi tədbirlər özəl sektora məxsus komandalar, sponsorlar və media qurumları tərəfindən təşkil edilir. BƏƏ-də (məsələn, Abu Dhabi Grand Prix) Formula 1 yarışlarının təşkili və marketinqi əsasən özəl investisiya hesabına baş verir. Bu model innovativ yanaşmanı təşviq edir və daha yüksək iqtisadi gəlir gətirə bilər, lakin dövlət tənzimləməsi zəif olduğu halda sosial bərabərsizlik yarana bilər (Getz, 2008; UNWTO, 2019).

Dövlət-özəl tərəfdaşlığa əsaslanan hibrid modeldə dövlət və özəl sektor birgə fəaliyyət göstərir, investisiyalar və risklər paylaşılır. Fransa və Avstraliya bu yanaşmanın uğurlu tətbiqinə nümunə göstərilə bilər. Fransada Paris 2024 Olimpiya Oyunlarının təşkili üçün dövlət infrastrukturaya investisiya edir, özəl sektor isə xidmətlərin təşkili və sponsorluq vasitəsilə prosesə qoşulur. Tour de France tədbiri də dövlətin dəstəyi və özəl sponsorluq (məsələn, LCL Bank, Continental) əsasında keçirilir. Avstraliyada isə Sidney 2000 Olimpiya Oyunları və sonrakı idman tədbirləri zamanı dövlət infrastruktur qurmuş, özəl sektor isə otellər, nəqliyyat və xidmətlər sahəsində aktiv iştirak etmişdir. Bu model həm dayanıqlı iqtisadi artımı təmin edir, həm də ictimai maraqları qoruyur (OECD, 2024; Atout France, 2022).

Dünya təcrübəsi göstərir ki, idman turizminin uğurlu inkişafı üçün ən effektiv model dövlət və özəl sektorun əməkdaşlığına əsaslanan hibrid modeldir. Təkcə dövlət təşəbbüsü və ya təkcə özəl sektor təşəbbüsü kifayət etmir. Dövlət əsas infrastruktur və normativ çərçivə yaradır, özəl sektor isə innovasiya, xidmət keyfiyyəti və kommersiya imkanları təmin edir. Azərbaycan kontekstində isə dövlət təşəbbüsü güclüdür, lakin gələcəkdə Fransanın tətbiq etdiyi hibrid modelə keçid edilməsi idman turizminin daha dayanıqlı inkişafını təmin edə bilər.

Son illərdə idman turizmi sahəsində global səviyyədə bəzi əsas tendensiyalar müşahidə olunur:

- ✓ Birinci tendensiya mega tədbirlərin (məsələn, Olimpiya Oyunları, FIFA Dünya Kuboku) turizm sənayesinə təsirinin artmasıdır. Böyük idman tədbirləri turist axınını sürətlə artırır, şəhərlərin beynəlxalq tanıtımına güclü təsir edir (Chalip, 2004).
- ✓ İkinci tendensiya ekoturizm və outdoor idman fəaliyyətlərinin populyarlaşmasıdır. Hiking, rafting, dağ velosipedi kimi açıq hava idman növləri xüsusilə pandemiya sonrası dövrdə sürətlə inkişaf etmişdir (UNWTO, 2023).
- ✓ Üçüncü tendensiya isə dayanıqlı və yaşıl idman tədbirlərinin təşviq edilməsidir. Artıq bir çox beynəlxalq idman tədbirləri (məsələn, Paris 2024 Olimpiadası) ekoloji davamlılıq prinsiplərinə uyğun planlaşdırılır (IOC Sustainability Report, 2022).

### **3.2. Azərbaycanda idman turizminin inkişafında beynəlxalq təcrübənin tətbiqi**

İdman turizmi, müasir dövrdə global turizm sənayesinin sürətlə böyüyən sahələrindən biri hesab olunur. Beynəlxalq təcrübələr göstərir ki, idman turizminin inkişafı, ölkələrin iqtisadi, sosial və mədəni sahələrində əhəmiyyətli dəyişikliklərə yol açır. Azərbaycan da son illərdə idman turizminin inkişaf etdirilməsi

istiqamətində ciddi addımlar atmış, bir sıra beynəlxalq tədbirlərə ev sahibliyi etmişdir. Lakin beynəlxalq təcrübənin daha sistemli və strateji tətbiqi Azərbaycanın idman turizmini daha da sürətlə inkişaf etdirə bilər (UNWTO, 2019; OECD, 2024). İdman turizminin inkişafı sahəsində beynəlxalq təcrübə göstərir ki, ölkələrin tətbiq etdikləri modellər və yanaşmalar onların iqtisadi, sosial və regional inkişaf prioritetlərinə uyğun formalaşır. Fransa və Azərbaycanın idman turizmi strategiyalarının müqayisəli təhlili, hər iki ölkənin fərqli inkişaf yollarını və potensial imkanlarını anlamağa imkan verir.

1. İnkişaf modelləri-Fransada idman turizmi dövlət-özəl sektor əməkdaşlığına əsaslanan hibrid model ilə inkişaf etdirilir. Dövlət infrastruktur layihələri və beynəlxalq tədbirlərin təşkili üçün bazanı yaradır, özəl sektor isə sponsorluq, xidmətlərin göstərilməsi və tədbirlərin marketinqi sahəsində mühüm rol oynayır (Atout France, 2022). Azərbaycanda isə idman turizminin inkişafı əsasən dövlət təşəbbüslərinə əsaslanan model üzrə həyata keçirilir. İnfrastrukturun qurulması, tədbirlərin təşkili və tanıtım işləri əsasən dövlət orqanlarının nəzarətindədir (Dövlət Turizm Agentliyi, 2023).

2. İnfrastruktur və regional inkişaf-Fransada idman infrastrukturunu yalnız paytaxt Parisdə yox, həm də regionlarda geniş yayılmışdır. Alp dağlarında qış idman növləri, Fransanın cənubunda isə su idman növləri inkişaf etdirilmişdir (OECD, 2024). Azərbaycanda isə idman infrastrukturunun əsas hissəsi Bakı şəhərində cəmlənmişdir, lakin Şahdağ və Tufandağ kimi qış idman mərkəzləri regionlarda inkişaf etdirilsə də, ümumi yayılma hələ məhduddur.

3. Beynəlxalq idman tədbirləri-Fransa tez-tez Olimpiya Oyunları, FIFA Dünya Çempionatı və Tour de France kimi böyükmiqyaslı beynəlxalq idman yarışlarına ev sahibliyi edən aparıcı ölkələrdən biridir. Bu tədbirlər ölkənin beynəlxalq turizm cəlbediciliyini artırır və davamlı iqtisadi gəlir yaradır (Atout France, 2022). Azərbaycan isə 2015 Avropa Oyunları, 2017 İslam Həmrəyliyi

Oyunları, UEFA Avro 2020 oyunları və Formula 1 Bakı Qran Prisi kimi bir neçə böyük tədbirə ev sahibliyi etmişdir. Lakin bu tədbirlər daha çox dövlət təşəbbüsü ilə bir neçə illik müddətdə keçirilmişdir və davamlılıq baxımından tam sistemli struktur formalaşmayıb.

4. Marketing və tanıtım-Fransa idman turizmini dünya səviyyəsində güclü bir brendə çevirmişdir (Tour de France, Paris 2024). Marketing kampaniyaları yerli və beynəlxalq bazarları hədəfləyir və müxtəlif media kanallarında geniş şəkildə aparılır (UNWTO, 2019). Azərbaycanda isə Formula 1 tədbirləri vasitəsilə beynəlxalq tanıtım həyata keçirilsə də, ümumi "Azərbaycan idman turizmi" brendi hələ tam formalaşmayıb.

5. İnsan Resursları və İdarəçilik-Fransada idman turizmi sahəsində yüksək ixtisaslı kadrlar hazırlanır. Turizm və idman idarəçiliyi üzrə universitetlərdə ixtisaslar mövcuddur (OECD, 2024). Azərbaycanda idman turizmi üzrə ixtisaslaşmış təhsil proqramlarının sayı azdır və idman idarəçiliyi ilə turizm sahələri hələl bir-birindən müstəqil şəkildə inkişaf edir (Babazadə, 2018).

Yuxarıda qeyd edilmiş 5 prinsip əsasında Fransa və Azərbaycan arasında aşağıdakı müqayisəli təhlil cədvəli Atout France-Sport Tourism Reports (2022–2023), OECD-Tourism Trends and Policies: France (2024), Azərbaycan Gənclər və İdman Nazirliyi İllik Hesabatı (2022), Dövlət Turizm Agentliyi-Azərbaycan Turizm Strategiyası (2022–2023), Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi-Turizm və İdman Statistikası (2023), UNWTO-Sport Tourism Global Report (2019) dan əldə edilmiş məlumatlar əsasında hazırlanmışdır.

Cədvəl 3.2 Müqayisəli Təhlil (Comparative Analysis Table) – Fransa və Azərbaycan üzrə

| Analiz Meyarı                       | Fransa                                                                                   | Azərbaycan                                                                                           | Mənbə                                           |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| İdman tədbirlərinin miqyası və sayı | Olimpiya Oyunları (Paris 2024), Tour de France, Dünya Kubokları kimi çoxsaylı beynəlxalq | Formula 1 Bakı Qran Prisi, Avropa Oyunları (2015), İslam Həmrəyliyi Oyunları (2017), UEFA Avro 2020. | Atout France (2023); Gənclər və İdman Nazirliyi |

|                                          |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                   |                                                                          |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
|                                          | tədbirlər.                                                                                                                                             |                                                                                                                                                   | (2022)                                                                   |
| İdman infrastruktur                      | Qlobal səviyyədə inkişaf etmiş, ölkənin bütün regionlarına yayılmış stadionlar, velodromlar, qış idman kompleksləri.                                   | Bakı və bir neçə regionda yeni obyektlər: Bakı Olimpiya Stadionu, Şahdağ Qış Kompleksi, Tufandağ. Regionlarda hələ tam inkişaf etməyib.           | OECD Tourism Trends (2024); Dövlət Turizm Agentliyi (2023)               |
| İdman turizmi siyasəti və strategiyası   | İdman və turizm inteqrasiya olunmuş dövlət siyasətidir. Dövlət orqanları idman turizmini milli iqtisadi strategiyanın tərkib hissəsi kimi dəstəkləyir. | İdman turizmi dövlət proqramlarında nəzərdə tutulur, amma ayrı-ayrı sektorlar üzrə hələ tam inteqrasiya edilməyib.                                | Fransa İdman Nazirliyi (2023); Dövlət Turizm Agentliyi (2022)            |
| Marketinq və tanıtım fəaliyyəti          | Tour de France və Olimpiya Oyunları kimi tədbirlər dünya səviyyəsində tanınır. İdman turizmi üçün ayrıca marketinq kampaniyaları mövcuddur.            | Formula 1 tədbirləri beynəlxalq tanıtılsa da, ümumi idman turizmi brendi zəifdir. Regionların idman imkanları az tanındılır.                      | Atout France (2022); Baku City Circuit (2023)                            |
| İdman turizminin iqtisadi təsiri         | İdman turizmi Fransa ÜDM-də mühüm paya malikdir (böyük idman tədbirləri ilə milyardlarla avro gəlir).                                                  | İdman tədbirləri turist axınıni artırır, lakin ümumi iqtisadi təsir hələ tam qiymətləndirilməyib. Əsasən Formula 1 və Avropa Oyunları təsirlidir. | OECD Tourism Policies (2024); Statistika Komitəsi (2023)                 |
| Təbii resurslar və outdoor idman növləri | Alplarda xizək, dağ idmanı, su idmanları çox inkişaf edib. Ətraf mühitlə idman turizmi inteqrasiya olunub.                                             | Dağlıq ərazilərdə hiking və rafting turları inkişaf etdirilməkdədir (Şahdağ, Qəbələ, Oğuz). Ekoloji idman turizmi potensialı yüksəkdir.           | UNWTO Sport Tourism Global Report (2023); Dövlət Turizm Agentliyi (2023) |

Mənbə: Cədvəl müəllif tərəfindən hazırlanmışdır.

Cədvəldən göründüyü kimi Fransa idman turizmini dövlət siyasətinə inteqrasiya edərək, həm infrastrukturun regional inkişafını, həm də beynəlxalq səviyyədə marketinqini uğurla həyata keçirir. Azərbaycan isə beynəlxalq səviyyədə bir neçə uğurlu tədbir təşkil etsə də, idman turizmi infrastrukturunun ölkə üzrə

balanslı inkişafı və idman turizminin brend tanıtılması sahəsində Fransanın təcrübəsindən öyrənməyə ehtiyac duyur.

Fransanın idman turizmində əldə etdiyi uğurlar, dövlət-özəl əməkdaşlığı, regional infrastrukturun inkişafı, brend siyasəti və davamlı idarəçilik strategiyasının birgə nəticəsidir. Azərbaycan bu sahədə mövcud nailiyyətlərini genişləndirərək və aşağıdakı addımları ataraq, beynəlxalq idman turizmi bazarında Fransanın səviyyəsinə yaxınlaşa bilər (<https://president.az/az/>).

- ✓ Dövlət və özəl sektor əməkdaşlığının gücləndirilməsi-Fransada dövlətlə özəl sektor idman turizminin inkişafında birgə iştirak edir. Azərbaycanda idman turizmində dövlət əsas rol oynayır, özəl sektorun rolu məhdud hesab olunur. Azərbaycanda idman infrastrukturunu layihələri və beynəlxalq tədbirlərdə özəl sektorun iştirakı üçün əlverişli hüquqi və iqtisadi mühit yaradılmalıdır. Xüsusi olaraq Public-Private Partnership (PPP) mexanizmləri tətbiq edilməlidir (Mənbə: Atout France, 2022)
- ✓ Regional idman turizminin inkişafı-Fransada yalnız Paris deyil, Alp dağları, Cənubi Fransa və digər bölgələrdə də idman turizmi inkişaf edib. Azərbaycanda Qəbələ, Oğuz, Şəki, Quba, Lənkəran kimi regionlarda outdoor idman növləri (hiking, rafting, dağ velosipedi) üzrə infrastruktur gücləndirilməlidir. Hər region özünün "idman turizmi markası" ilə inkişaf etdirilməlidir. (Mənbə: OECD Tourism Trends, 2024)
- ✓ İdman turizmi üçün güclü brend yaradılması-Fransa "Tour de France" və "Paris 2024" kimi brendlərlə qlobal idman turizminin əsas simvollarından biri kimi tanınır. Azərbaycanda da bu sahənin inkişafı üçün "Sport Azerbaijan" tipli milli brend formalaşdırılmalı və beynəlxalq idman tədbirlərində bu ad altında sistemli şəkildə tanıtılmalıdır. Yalnız Formula 1 tədbiri yox, ümumi idman turizmi brendi formalaşdırılmalıdır (Mənbə: UNWTO Sport Tourism Report, 2023)

- ✓ İdman tədbirlərinin davamlı və mövsümdən asılı olmadan təşkili-Fransada il boyu müxtəlif idman tədbirləri keçirilir (məsələn, xizək yarışları, su idmanları festivalları). Azərbaycanda da ilboyu müxtəlif növ idman tədbirləri (məsələn, yaz marafonları, yay hiking festivalları, qış xizək yarışları) keçirilməli və tədbir təqvimini illik əsasda qurulmalıdır(Mənbə: OECD, 2024)
- ✓ İnsan resurslarının ixtisaslaşdırılması-Fransada idman turizmi sahəsində çalışan mütəxəssislər yüksək ixtisaslıdır və universitet səviyyəsində təhsil alırlar. Azərbaycanda universitetlərdə "İdman Turizmi İdarəçiliyi" ixtisası açılmalı və turizm fakültələrində idman turizmi modulları tədris olunmalıdır. Bundan əlavə, yerli bələdçilər üçün outdoor idman üzrə xüsusi təlim proqramları hazırlanmalıdır (OECD Sport and Tourism Strategy, 2024)
- ✓ İdman turizminin dayanıqlılıq və ekoloji inkişafı ilə əlaqələndirilməsi-Fransa ekoloji davamlı idman tədbirləri ilə seçilir (məsələn, "yaşıl Olimpiada" strategiyaları). Azərbaycanda da idman turizmi layihələri ətraf mühitə az təsir prinsipi ilə planlaşdırılmalıdır. Xüsusilə Şahdağ, Tufandağ, Qəbələ kimi bölgələrdə ekoloji tədbir standartları tətbiq edilməlidir(Mənbə: IOC Sustainability Reports, 2022)

Fransa modelinin Azərbaycanda tətbiqi idman turizminin inkişafı üçün mühüm addım olsa da, nəzərə almaq lazımdır ki, Avropanın yüksək inkişaf etmiş ölkələri-İspaniya, İtaliya, Birləşmiş Krallıq və Almaniya da oxşar hibrid modellərdən istifadə edir. Bu ölkələrin təcrübəsi sübut edir ki, davamlı uğur təkcə dövlətlə özəl sektorun əməkdaşlığına deyil, eyni zamanda uzunmüddətli strateji planlaşdırma, effektiv idarəetmə, güclü brend siyasəti və insan kapitalının inkişafına əsaslanır. Azərbaycan da bu əsas istiqamətləri nəzərə alaraq idman turizminin inkişafında kompleks və sistemli yanaşmanı tətbiq etməlidir.

Fransa modelinin Azərbaycanda tətbiqi idman turizminin inkişafı baxımından əhəmiyyətli imkanlar açsa da, bu proses bir sıra sistemli, institusional və sosial-ictimai çətinliklər yarada bilər. Aşağıdakı cədvəldə bu çətinliklər analitik şəkildə təqdim olunur.

Cədvəl 3.3 Fransa modelinin Azərbaycanda tətbiqində qarşılaşa biləcək çətinliklər

| Çətinlik Kategoriyası                   | Təsvir və İzah                                                                                                                                                        | Potensial Nəticələr                                                                                            | Təklif Olunan Həllər                                                                                 |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| İnstitusional uyğunluq problemi         | Fransa modelində dövlət-özəl tərəfdaşlığı (PPP) hüquqi və iqtisadi mexanizmlərlə yaxşı tənzimlənir. Azərbaycanda isə bu sahədə hüquqi çərçivə hələ tam formalaşmayıb. | Özəl sektorun iştirakında tərəddüdlər; investor riskləri; uzunmüddətli layihələrin qeyri-sabitliyi.            | PPP haqqında qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi, vergi və hüquqi güzəştlərlə investor cəlbə.        |
| Regionlarda infrastrukturun natamamlığı | Fransada regional idman infrastrukturunu genişdir. Azərbaycanda isə Bakıdan kənarda bu sahədə infrastruktur çox məhduddur.                                            | Regionlarda idman turizminin yayılmasında ləngimə; turizm axınının yalnız paytaxtda cəmlənməsi.                | Dövlət proqramları çərçivəsində regionlara məqsədli investisiya yönləndirilməsi.                     |
| Brend və imic problemi                  | Fransa 'Tour de France', 'Paris 2024' kimi global brendlərlə tanınır. Azərbaycanda isə vahid idman turizmi brendi formalaşmayıb.                                      | Azərbaycan idman turizmi dünya bazarında zəif tanınır; turistlərin diqqətini çəkmək çətinləşir.                | 'Sport Azerbaijan' kimi milli brendin yaradılması və beynəlxalq tanıtım kampaniyalarının qurulması.  |
| Kadr çatışmazlığı                       | Fransada idman turizmi üzrə peşəkar təhsil sistemi mövcuddur. Azərbaycanda bu sahədə ixtisaslaşma demək olar ki, yoxdur.                                              | Peşəkar idarəçilərin, təlimçilərin və bələdçilərin çatışmazlığı layihələrin keyfiyyətinə mənfi təsir göstərir. | Universitetlərdə 'İdman Turizmi' ixtisasının yaradılması; sertifikatlaşdırma proqramlarının tətbiqi. |
| Ekoloji standartların olmaması          | Fransa idman turizmini ekoloji davamlılıq prinsipləri ilə inkişaf etdirir. Azərbaycanda isə bu sahədə ciddi ekoloji                                                   | Təbii mühitə zərər riski; beynəlxalq ekoturizm standartlarına uyğunluq zəif olur.                              | Ekoloji təsir qiymətləndirilməsi prosedurlarının tədbirlərdən əvvəl məcburi tətbiqi.                 |

|                                     |                                                                                                                                            |                                                                                                                     |                                                                                                                       |
|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                     | tənzimləmə mövcud deyil.                                                                                                                   |                                                                                                                     |                                                                                                                       |
| Mövsümlilik və tədbir davamlılığı   | Fransada tədbirlər ilboyu təşkil edilir. Azərbaycanda isə idman tədbirləri çox zaman birdəfəlik və paytaxt mərkəzlidir.                    | Davamlı turist axını təmin olunmur; tədbir turizmi sistemli inkişaf etmir.                                          | İllik idman tədbirləri təqviminin hazırlanması və müxtəlif mövsümə uyğun tədbirlərin təşkili.                         |
| Sosial qəbul və yerli icma iştirakı | Fransa modelində yerli əhalinin turizm layihələrinə aktiv iştirakı var. Azərbaycanda isə bəzi bölgələrdə əhalinin turizmə marağı aşağıdır. | Regionlarda layihələrin davamlılığı sual altında qala bilər; turizm fəaliyyətlərinə qarşı passiv münasibət yaranar. | İcma əsaslı təlim və təşviqat proqramlarının həyata keçirilməsi; yerli əhaliyə iqtisadi fayda modellərinin təqdimatı. |

Mənbə: Müəllif tərəfindən hazırlanmışdır

Cədvəldən göründüyü kimi Fransa modelinin Azərbaycanda uğurla tətbiqi yalnız struktur islahatları və uzunmüddətli strateji planlaşdırma ilə mümkün ola bilər. Xüsusilə aşağıdakılar vacibdir:

- ✓ Normativ-hüquqi bazanın təkmilləşdirilməsi (PPP qanunları, ekoloji tələblər).
- ✓ Regionlara yönəlik infrastruktur və kadr strategiyasının hazırlanması.
- ✓ Davamlı tədbir təqviminin yaradılması və yerli əhali üçün təşviq mexanizmləri.
- ✓ “Sport Azerbaijan” və ya analoji brendin qurulması və beynəlxalq tədbirlərdə təbliği.

Bunlar həyata keçirilərsə, Fransa modelindən adaptasiya edilən yanaşmalar Azərbaycanın idman turizmini regional və qlobal səviyyədə rəqabətə davamlı edə bilər.

## NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Tədqiqatın nəticələri göstərdi ki, Azərbaycanda idman turizmi sektoru yüksək inkişaf potensialına malik olmaqla yanaşı, bir sıra sistemli və infrastruktur əsaslı problemlərlə qarşılaşır. Respondentlər arasında aparılan sorğular göstərdi ki, məlumatlılıq səviyyəsi və bu sahəyə maraq arasında statistik əhəmiyyətli əlaqə mövcuddur. Daha çox məlumatlı olan fərdlər eyni zamanda idman turizminə daha çox cəlb olunmağa meyillidirlər. İştirak tezliyi ilə məlumatlılıq səviyyəsi arasında da müsbət əlaqənin olması, bu sahədə maarifləndirmənin nə qədər vacib olduğunu önə çıxarır.

Respondentlərin münasibətləri göstərdi ki, idman turizmi ilə bağlı ictimai rəy əsasən infrastrukturun keyfiyyəti və bu sahənin iqtisadi-sosial faydaları ətrafında formalaşır. Ən çox qeyd olunan problemlər infrastrukturun natamamlığı, təhlükəsizlik məsələləri, təşkilati çatışmazlıqlar və qiymətlərin yüksək olmasıdır. Dünya təcrübəsinin təhlili əsasında müəyyən olunmuşdur ki, dövlət-özəl sektor əməkdaşlığına əsaslanan hibrid model Azərbaycanın idman turizmi üçün daha davamlı və effektiv inkişaf yoludur. Regionlarda infrastrukturun gücləndirilməsi, milli idman turizmi brendinin yaradılması, kadr potensialının inkişafı və davamlı tədbir planlaşdırması bu sahənin strateji əsaslarını təşkil etməlidir.

Ümumilikdə, idman turizmi Azərbaycanın iqtisadi şaxələndirmə və beynəlxalq imicinin gücləndirilməsi baxımından mühüm vasitə kimi çıxış edir. Onun səmərəli inkişafı üçün integrasiya olunmuş, davamlı və kompleks yanaşma zəruridir.

Azərbaycanda idman turizminin davamlı və strateji inkişafı üçün aşağıdakı istiqamətlər üzrə konkret tövsiyələr irəli sürülür:

- ✓ Normativ-Hüquqi Çərçivənin Təkmilləşdirilməsi-dövlət-özəl əməkdaşlığını (PPP) dəstəkləyən qanunvericilik hazırlanmalı və idman turizmi layihələrində investorların iştirakı təşviq edilməlidir.

- ✓ Regional İnfrastrukturun Genişləndirilməsi-Bakıdan kənarda olan bölgələrdə (Qəbələ, Şəki, Zaqatala, Quba və s.) idman infrastrukturu inkişaf etdirilməli, idman turizminin regionlara yayılması təmin olunmalıdır.
- ✓ Milli İdman Turizmi Brendinin Formalaşdırılması-“Sport Azerbaijan” adlı brend yaradılaraq, beynəlxalq tədbirlərdə bu ad altında tanıtım kampaniyaları həyata keçirilməlidir.
- ✓ İnsan Resurslarının Hazırlanması-universitetlərdə “İdman Turizmi” üzrə ixtisaslar açılmalı, yerli bələdçilər və xidmət personalı üçün təlim proqramları təşkil edilməlidir.
- ✓ Davamlı və Mövsümə Uyğun Tədbir Planlaması-il boyu müxtəlif idman tədbirləri keçirilməli, yaz, yay və qış fəsillərinə uyğun idman festivalları hazırlanmalıdır.
- ✓ Ekoloji Standartların Tətbiqi-idman tədbirləri yaşıl prinsiplərə uyğun təşkil olunmalı, ekoloji təsir qiymətləndirməsi həyata keçirilməlidir.
- ✓ Yerli İcmaların İştirakının Artırılması-bölgələrdə yaşayan əhali idman turizminə cəlb olunmalı, onlara iqtisadi fayda verən mexanizmlər tətbiq olunmalıdır.

Bu təkliflərin həyata keçirilməsi nəticəsində Azərbaycan idman turizmi sahəsində regional lider ola bilər və bu sektor ölkənin qeyri-neft iqtisadiyyatının əsas istiqamətlərindən birinə çevrilə bilər.

## ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Əlirzayev, Ə. (2011). *Turizm və onun əsas anlayışları*. Bakı: Turizm Nəşriyyatı.
2. Əsgərov, S. (2011). *Turizmin iqtisadiyyatı*. Bakı: İqtisad Universiteti Nəşriyyatı.
3. Babazadə, F. (2018). Azərbaycanda idman turizminin idarə olunması məsələləri. *İqtisadi və Sosial Elmlər Jurnalı*, 6(2), 88–97.
4. BMÜTT – Birləşmiş Millətlər Ümumdünya Turizm Təşkilatı. (2021). *Sport Tourism and Sustainability*. Madrid: UNWTO Publishing.
5. Chalip, L. (2004). Beyond impact: A general model for sport event leverage. In B. Ritchie & D. Adair (Eds.), *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues* (pp. 226–252). Channel View Publications.
6. Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: A critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45–76.
7. Higham, J., & Hinch, T. (2009). *Sport and tourism: Globalization, mobility and identity* (2nd ed.). Routledge.
8. Mules, T., & Faulkner, B. (1996). An economic perspective on special events. *Tourism Economics*, 2(2), 107–117.
9. Mustafa, A. (2016). *İdman və turizmin qarşılıqlı əlaqəsi*. Bakı: Elm və Təhsil.
10. OECD. (2024). *Tourism and sport: Sustainable growth through mega-events*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org>
11. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). *Sport and Tourism in Emerging Economies*. <https://www.oecd.org/sport-tourism>
12. Smith, A., & Stewart, B. (2015). *Introduction to Sport Marketing* (2nd ed.). London: Routledge.

- 13.Süleymanov, R. (2023). *Turizmin dayanıqlı inkişafında idman sektorunun rolu*. Bakı: Azərbaycan Universiteti Nəşriyyatı.
- 14.Şirinov, A. (2019). *Formula 1 yarışlarının iqtisadi təsiri: Azərbaycan nümunəsi*. Bakı: İqtisad Universiteti.
- 15.Toohy, K., & Veal, A. J. (2007). *The Olympic Games: A social science perspective*. CABI Publishing.
- 16.UNWTO. (2019). *Sport Tourism Global Report*. Madrid: World Tourism Organization. <https://www.unwto.org/sport-tourism>
- 17.UNWTO. (2023). *Global Sport Tourism Trends*. <https://www.unwto.org/sport-tourism>
- 18.Atout France. (2022). *Sport Tourism Reports*. Paris: French Tourism Development Agency.
- 19.Baku City Circuit. (2023). Formula 1 Azərbaycan Qran Prisi haqqında məlumat. <https://www.bakucitycircuit.com/az/>
- 20.Caliber.az. (2024). Formula 1 yarışlarının iqtisadi təsiri. <https://caliber.az/en/>
- 21.Azerbaijan Today. (2024). Formula 1 və iqtisadi təsirlər. <https://azerbaijantoday.az/2024>
- 22.Azərbaycan Respublikası Milli Məclisi. (1997). *Turizm haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu*. <http://www.e-qanun.az/framework/2952>
- 23.Azərbaycan Respublikası Prezidenti. (2010). *Azərbaycan Respublikasında turizmin inkişafına dair 2010–2014-cü illər üçün Dövlət Proqramı*. <http://www.e-qanun.az/framework/20158>
- 24.Dövlət Turizm Agentliyi. (2023). *Azərbaycan Turizm Strategiyası*. <https://tourism.gov.az>
- 25.Gənclər və İdman Nazirliyi. (2024). *Azərbaycanda idman infrastrukturu və Olimpiya kompleksləri haqqında hesabat*. <https://mys.gov.az>

- 26.IOC (International Olympic Committee). (2022). *Sustainability and Legacy Report*. <https://olympics.com/ioc/sustainability>

## **İDMAN TURİZMİ : DÜNYA TƏCRÜBƏSİ VƏ AZƏRBAYCAN İMKANLARI**

### **XÜLASƏ**

“İdman turizmi: Dünya təcrübəsi və Azərbaycan imkanları” adlı bu bakalavr işində idman turizminin nəzəri və metodoloji əsasları, onun Azərbaycanda mövcud vəziyyəti, mövcud problemlər, potensial imkanlar, qabaqcıl beynəlxalq təcrübənin tətbiqi perspektivləri hərtərəfli təhlil edilir.

Birinci fəsildə idman turizmi anlayışı, onun tarixi yaranması və global miqyasda inkişaf mərhələləri araşdırılır. O, turizmin bu formasının iqtisadi, sosial və ekoloji təsirlərini izah edir və digər turizm növləri ilə müqayisədə onun strateji, çoxfunksiyalı əhəmiyyətini vurğulayır.

İkinci fəsildə Azərbaycanda idman turizminin mövcud vəziyyəti, o cümlədən statistik göstəricilər, idman infrastrukturunun coğrafi bölgüsü və beynəlxalq idman tədbirlərinin iqtisadi təsiri araşdırılır. SWOT təhlili sektorun üzləşdiyi güclü, zəif tərəfləri, imkanları və təhlükələri qiymətləndirmək üçün aparılır.

Üçüncü fəsildə Fransa kimi ölkələrin idman turizminin global modelləri təhlil edilir. O, bu modellərin Azərbaycan kontekstinə tətbiqini qiymətləndirir və xüsusilə dövlət-özəl tərəfdaşlığa əsaslanan Fransa modelinə diqqət yetirməklə strateji tövsiyələr təklif edir.

Tədqiqatın nəticələri göstərir ki, akademik anlayışların, sorğu məlumatlarının və beynəlxalq təcrübənin inteqrasiyası Azərbaycanda idman turizmi sektorunun davamlı inkişafı üçün praktiki və sübuta əsaslanan tövsiyələrin işlənib hazırlanmasına imkan verib.

# **SPORTS TOURISM: GLOBAL EXPERIENCE AND OPPORTUNITIES FOR AZERBAIJAN SUMMARY**

This bachelor's thesis titled "Sports Tourism: Global Experience and Opportunities for Azerbaijan" provides a comprehensive analysis of the theoretical and methodological foundations of sports tourism, its current state in Azerbaijan, the existing challenges, potential opportunities, and the prospects for applying international best practices.

The first chapter explores the concept of sports tourism, its historical emergence, and developmental stages on a global scale. It explains the economic, social, and ecological impacts of this form of tourism and highlights its strategic, multi-functional importance in comparison to other types of tourism.

The second chapter examines the current state of sports tourism in Azerbaijan, including statistical indicators, the geographical distribution of sports infrastructure, and the economic impact of international sporting events. A SWOT analysis is conducted to assess the strengths, weaknesses, opportunities, and threats facing the sector.

The third chapter analyzes global models of sports tourism from countries such as France. It evaluates the applicability of these models to the Azerbaijani context and offers strategic recommendations, particularly focusing on the French model, which is based on public-private partnership.

The results of the research suggest that the integration of academic insights, survey data, and international experience has enabled the development of practical and evidence-based recommendations for the sustainable growth of the sports tourism sector in Azerbaijan.