

DOI: <https://www.doi.org/10.36719/2789-6919/09/78-81>

**Müsəlləf Aydın oğlu Səməndərov**  
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti  
magistrant  
samandarov.musallaf.2001@atmu.edu.az

## BEYNƏLXALQ İDMAN OYUNLARININ BEYNƏLXALQ TURİZMƏ TƏSİRLƏRİ

### Xülasə

İdman turizmi istər beynəlxalq, istərsə də milli idman fəaliyyətləri də daxil olmaqla yarışma və çempionatlar kimi fəaliyyətlərdə iştirak edənlərin asudə vaxtlarını keçirməyi hədəfləyən turizm hərəkatıdır. İdman turizmi iqtisadi cəhətdən əhəmiyyətli bir sektorun yaranmasına və beləliklə, ölkələr arasında insan və mədəniyyət mübadiləsinin sürətlənməsinə səbəb olmuşdur. Ölkələr arasında mədəni yaxınlaşma, təhsil, tanıtım kampaniyaları, idman görüşləri və bu istiqamətdə atılan addımlar turizmin inkişafı ilə yanaşı, cəlbediciliyini də artırır. Məsələn, böyük turist auditoriyasının Olimpiya Oyunlarının keçirildiyi bölgəni ziyarət etmək və görmək istəyi turizm hərəkatının inkişafını və inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrə doğru gəlir axınının reallaşdığını ortaya qoyur

**Açar sözlər:** idman turizmi, beynəlxalq idman oyunları, beynəlxalq turizm, turizmin iqtisadiyyata təsirləri

**Musallaf Aydın Samandarov**

### The impact of international sports games on international tourism

#### Abstract

Sports tourism is a tourism movement aimed at leisure activities of participants in activities such as competitions and championships, including both international and national sports activities. Sports tourism has led to the emergence of an economically important sector and thus accelerated human and cultural exchange between countries. Cultural rapprochement, education, promotional campaigns, sports meetings and steps taken in this direction, along with the development of tourism, also increase its attractiveness. For example, the desire of a large tourist audience to visit and see the region where the Olympic Games are held indicates the development of the tourism movement and the inflow of income to developed and developing countries.

**Key words:** sport tourism, international sports games, international tourism, effects of tourism on the economy

#### Giriş

İdman turizmi idman və turizm qavramlarının birləşməsindən yaranan, ümumi anlamda idman etmək məqsədilə edilən səyahətlər olaraq tanımlanmaya çalışılmışdır. Turizm və İdman dediyimiz bu iki fenomen öz inkişaf proseslərində bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olmuş və funksiyalarına görə insan həyatında ehtiyacların ödənilməsi baxımından oxşarlıqlar göstərmişdir. Bu, birtərəfli münasibət deyil, qarşılıqlı əlaqədir. İdmanın turizmə təsirinin bu gün daha intensiv olduğunu söyləmək mümkündür, xüsusilə turizm tələbatının transformasiyası və turizmin insani elementlərindən biri olan turistlərin struktur xüsusiyyətləri bu diferensiasiyamı əks etdirir. İdman xarakterli turizm zonalarının yaradılması çox həssas məsələdir.

Turizmin inkişafı yönündə önəmli addımlardan biri olan beynəlxalq idman yarışları bir iqtisadi layihə olaraq qiymətləndirilir. Bildiyimiz kimi beynəlxalq idman yarışları yalnız bir idman hadisəsi deyil, o həm də bir iqtisadi inkişaf modeli və gələcəyə atılan bir addımdır. Beynəlxalq idman oyunlarının turizmə təsirini araşdıran mütəxəssislər həmin oyunların təsirlərini ölkələr və regionlar üçün müxtəlif olaraq qiymətləndirirlər. Ümilikdə isə bu təsirlər 3 başlıq altında qiymətləndirilir. Bunlar iqtisadi, sosial-mədəni və ekoloji təsirlərdir.

**İqtisadi təsirlər:** İdman turizminin ən əhəmiyyətli təsirləri iqtisadi təsirlər olaraq ortaya çıxır. TÜRİSAB İdman Turizmi Hesabatına görə (2014) idman turizminin global miqyasda 180 milyard dollarlıq, Türkiyədə isə 900 milyon dollarlıq iqtisadi böyüklüyə malikdir. İdman turizmində iqtisadi

təsirlər ümumiyyətlə turizmin iqtisadi təsirləri ilə paraleldir. İdman turizminin müsbət iqtisadi təsirlərindən bəziləri; Turizm və qeyri-turizm sahələri üçün gəlir təmin etmək, cari açığı bağlamaq, məşğulluğu təmin etmək, regional və milli inkişafa töhfə vermək kimi sıralana bilər. Ətraflı olaraq onun ölkə turizminə verdiyi gəlir töhfəsi və cari hesab kəsirinin bağlanması payı önəmlidir, çünki idman turisti orta turistdən iki dəfə çox pul xərcləyir. İdman turizminin destinasiyalara iqtisadi töhfəsi ilə izah edilirsə, kiçik bir misal, 2019 UEFA Super Kubokunun final matçı İstanbulda keçirildi və cəmi 90 dəqiqə. Bir matç üçün İstanbul təxminən 100 milyon avro qazandı. 1993-2006-cı illər arasında keçirilən Olimpiya Oyunlarının ümumi gəliri 32 milyard dollar civarındadır. 2012-ci il London Olimpiadasını izləmək üçün bölgəyə 420.000 turist gəlib və adambaşına təxminən 1300 funt-sterlinq xərclənib.

Mənfi təsirlər xüsusilə meqamiqyaslı idman təşkilatlarında özünü göstərir. Buna görə də, xüsusilə meqa idman tədbirlərinə investisiyalarda xərclər yaxşı hesablanmalıdır. Əks halda, ölkə qazandıqdan daha çox zərər edəcək, məsələn, Monreal (1972), Seul (1988), Atlanta (1996), Sidney (2000), Afina (2004) və Pekin (2008) Olimpiadalarının zərərləri iqtisadi qazancıdan qat-qat artıq olmuşdur. 2004-cü ildə Yunanıstanda keçirilən Afina Olimpiadası ölkəni daha sonra dərin iqtisadi depressiyaya sürükləyən bir yükə çevrildi. Olimpiya xərclərinin yaratdığı büdcə kəsiri 2004-cü ildə ölkənin ümumi məhsulunun 6,1 faizinə çatdı. Yunanıstanın xərclərini maliyyələşdirmək üçün dövlət borclanması da 2004-cü il üçün nəzərdə tutulan 35 milyard dolları ötərək 43 milyard dollara yüksəldi. Ölkənin dövlət borcu 2004-cü ildən eksponent surətdə artaraq 2010-cu ildə 469,8 milyard dollara çatıb (2013-cü ildə ÜDM-in 165%-i) (Kozak, 2013:24-25).

**Sosial-mədəni təsirlər:** Sevimli komandalarını dəstəkləmək üçün bir yerə səyahət edən turistlərin davranışını, təcrübəsini və motivasiyasını başa düşmək yerli idarəçilər üçün çox vacibdir. Azarkeşlərin davranışları idmanın keçirildiyi yerli insanlara əhəmiyyətli fayda gətirə bilər, həm də əhəmiyyətli zərər verə bilər ( İngilis xuliqanları nümunəsi). İdman turizmi tədbirlərinə ev sahibliyi edən ölkələr; Onlar öz obyektlərini, personalını, yaşayış yerlərini və alış-veriş sahələrini gələn insanların xidmətinə təqdim edir və buna görə də qarşılıqlı olaraq müəyyən səviyyələrdə mədəniyyət mübadiləsinə səbəb olurlar. İdman tədbirləri keçirildiyi şəhərin və ya ölkənin imicinin möhkəmlənməsinə və dəyişməsinə töhfə verir və ev sahibi şəhər və ya ölkədə yaşayan icmaya mənəvi ruh verir. Sosial dəyişiklik, icma ilə inteqrasiya və ölkə üçün sosial könüllülük hissi. idman tədbirlərinin digər sosial faydaları arasındadır (Metin Arqa.2014:159-160).

**Ətraf mühitə təsirlər:** Məlumdur ki, təbiətlə bağlı formasiyalar həmişə turizmin gəlir gətirən məhsulları kimi istifadə olunur. Xüsusilə idman mövzulu turizm fəaliyyətlərində təbiətdən birbaşa istifadə sual altındadır. Bu səbəbdən idman turistlərinin idmanla əlaqəli fəaliyyətlərdə ətraf mühitə mənfi təsir göstərmə ehtimalının müsbət təsir ehtimalından daha yüksək olduğunu təxmin etmək olar. Ona görə də turistlərin, ev sahibliyi edən cəmiyyətlərin təbiətinə vurduğu zərərin minimuma endirilməsi vacibdir. İdman hadisələri və idman turizmi sektorunun ətraf mühitə mənfi təsirinin azaldılması və müsbət yönümlü işlərin görülməsi nəzərə alınmalı və yöndə addımlar atılmalıdır (Ören, 2018:17).

İdman turizminin ətraf mühitə təsirlərinə nəzər saldıqda daha çox (açıq sahə) açıq idman növlərinin təbii mühitlərə müsbət və mənfi təsirləri var. Açıq idman fəaliyyətlərinin inkişafı istifadəyə yararlılıq, səmərəlilik və təbii mühitlərin daha uyğun qurulması baxımından faydalı ola bilər. Bu mühitdə yaşayan canlıları da zərərdən qoruyur. Ətraf mühitə tullantıların atılmasıyla yanaşı yarışların keçirilməsi üçün meşəlik ərazilərdən yolların çəkilməsi, qurğuların quraşdırılması kimi hallar da baş verir ki buda təbii mühit amillərinə ziyan vuraraq vəhşi heyvanların təbii yaşayış yerlərindən uzaqlaşmasına səbəb ola bilər (Pamuçcu 2017:17-22).

Səyahətlərinin əsas məqsədi olub-olmamasından asılı olmayaraq, getdikcə daha çox turist səyahətləri zamanı idman fəaliyyətlərinə maraq göstərir. Olimpiya Oyunları və Dünya Kuboku kimi böyük idman tədbirləri təyinat markası, infrastrukturun inkişafı və digər iqtisadi və sosial faydalar üçün uğurla istifadə olunarsa, turizmin inkişafı üçün katalizator ola bilər. Plunkett Araşdırma Qrupuna görə, qlobal idman sənayesinin təxmin edilən böyüklüyü 1,7 trilyon dollardır və 2016-cı ilin dünya turizm məlumatlarına nəzər saldıqda idman turizminin ölkələrə verdiyi gəlirin 800 milyon dollar civarında olduğu görülür.

Milli nöqtəyi-nəzərdən ABŞ uzun müddətdir ki, Olimpiya Oyunları və ya FIFA Dünya Kuboku kimi böyük idman tədbirlərinə ev sahibliyi etməsə də, idman turizmində aparıcı ölkələrdən biridir. Ənənəvi olaraq təşkil edilən təşkilatlar (ABŞ Açıq Tennis Turniri, Beynəlxalq Boston Marafonu və s.) sayəsində

ölkə mühüm idman turizmi brendidir. Florida İdman Fondunun (2017) məlumatlarına görə, Amerika Birləşmiş Ştatlarının Florida ştatı 2017-ci ildə 16 milyon idman turistini qəbul edib. Bu rəqəm Florida turizminin 15%-ni təşkil edir (Yağcı, 2003.47-49).

Olimpiya Oyunları, Dünya Kuboku kimi irimiqyaslı idman oyunlarına ev sahibliyi etmək üçün hər il müxtəlif ölkələr yüksək xərclər çəkərək bir-biri ilə şiddətli rəqabətə girirlər. Bu investisiyaların dəyəri, məsələn, Yay Olimpiya Oyunları üçün orta hesabla 5,2 milyard dollar, Qış Olimpiya Oyunları üçün isə təxminən 3,1 milyard dollardır (Yeşil, 2015:33-34).

Son illərdə dünyada idman turizminin mərkəzi Asiya-Sakit Okean regionuna keçib. Bu regiona sponsorluq investisiyaları dünyanın hər hansı digər regionundan çoxdur və orta illik artım tempi 5,7% təşkil edir (8). Şübhəsiz ki, bu vəziyyətin səbəbləri arasında 2008-ci il Pekin Olimpiya Oyunları (Çin), 2015-ci il Kriket Dünya Kuboku (Avstraliya və Yeni Zelandiyanın birgə ev sahibliyi), 2018 Pxenyən Qış Olimpiya Oyunları (Şimali Koreya), 2018-ci il Qızıl Sahil Birlik Oyunları, 2019 Reqbi Dünya Kuboku (Yaponiya), 2020 Tokio Olimpiya Oyunları (Yaponiya) və 2021 Amerika Kuboku (Yeni Zelandiya) kimi idman hadisələrini qeyd edə bilərik. Bunun digər səbəblərindən biri isə bu regionun turizminin bütün sahələrdə inkişafı üçün atılan addımlardır ki, bunun sayəsində son dövrlər əsas turizm regionlarından birinə çevrilmişdir. Təsədüfi deyilki ən çox turist qəbul edən ölkələr siyahısında Çin ilk beşlikdə Tailand isə ilk onluqda yer almağı başa çatdırıb. Bəs, sponsorlardan, investitorlardan və idman turistlərindən o bölgəyə gəlmək üçün gözlənilən gəlir bu qədər iqtisadi yükü daşımağa dəyərmi? Məlumatlar buna dəyər olduğunu göstərir. Asiya-Sakit Okean regionu ölkələri dünya turizm gəlirlərindən ən yüksək pay alan 14 ölkənin yarısını təşkil edir.

Görünür, idman fəaliyyətləri biznes və əlaqələr yaratdıqları turizm və media fəaliyyəti ilə ölkə iqtisadiyyatına böyük töhfə verir. 2014-cü il Soçi oyunlarından rekord qiymətə və yaxın keçmişə görə nümunə götürməyə davam etsək, Rusiyaya gələn turistlərin sayı oyunlar zamanı 30%, növbəti yay mövsümündə isə 22% artıb (9). Beynəlxalq idman yarışları və onların təsirləri barədə araşdırma aparən mütəxəssislərin fikrincə Olimpiya və digər meqa oyunların xərcləri üç əsas kateqoriyaya bölür:

**Əməliyyat xərcləri:** Tədbirin özünün aparılması xərcləri. Ən böyük maddələr adətən işçi heyəti və İT avadanlığı üçün maaşlardır, lakin xərclərə nəqliyyat, müvəqqəti məkanın örtülməsi, nümayəndə heyətlərinin yerləşdirilməsi, mərasimlər və s. kimi şeylər də daxildir. Tədbirin fəaliyyətinə Olimpiya Oyunlarının təşkilat komitəsi cavabdehdir, lakin bütün xərclər təşkilat komitəsinin büdcəsində nəzərdə tutulmur. Məsələn, təhlükəsizlik xərcləri çox vaxt ayrıdır, bu, Soçi üçün də belə idi.

**İdmanla bağlı kapital məsrəfləri:** Beynəlxalq Olimpiya Komitəsinin tələb etdiyi hadisə ilə bağlı bütün binaların tikinti dəyəri, yəni, yerlər, Olimpiya kəndləri və media mərkəzləri, həm də dəstəkləyici infrastruktur (elektrik təchizati, telekommunikasiya, yola çıxış, su və kanalizasiya və s.).

**İdmanla əlaqəli olmayan əsaslı xərclər:** İdmanla əlaqəli obyektlərin dərhal tikintisi və istismarı üçün tələb olunmayan bütün infrastruktur, məs. otellər, elektrik stansiyaları, yeni yollar və dəmir yolu əlaqələri, hava limanının genişləndirilməsi, yeni qatar stansiyaları və s. Bu bölgü birbaşa məsrəflər (yəni, əməliyyat və idmanla bağlı əsaslı xərclər) və dolaylı məsrəflər (idmanla əlaqəli olmayan kapital dəyəri) arasında fərq qoymağa imkan verir.

Yüksək təhlükəsizlik xərclərinə səbəb təkcə Soçinin Şimali Qafqazın geosiyasi cəhətdən qeyri-sabit mühitində yerləşməsi, faktiki Abxaziya dövlətinin Gürcüstanla beynəlxalq səviyyədə tanınmış sərhədinin o tayında yerləşməsi deyildi. Oyunlara hazırlıq dövründə hakimiyyət orqanları da terror hücumlarının artan təhlükəsini dərk etdi və nəticədə Olimpiya Oyunlarına bir neçə həftə qalmış, xüsusən də 2013-cü ilin dekabrında Volqoqradada baş verən hücumlarla təsdiqləndi. Bu mühit “hiper-təhlükəsizlik” adlandırılan şeylə nəticələndi: təhlükəsizlik üçün ayrılan pulun belə bir hücumun baş verə biləcəyi ehtimalına əsaslanaraq ayrılması idi. Nəticədə, Soçi Olimpiya Oyunları zamanı həqiqi qalaya çevrildi, bir neçə mütərəqqi təhlükəsizlik yoxlaması onu ətrafdan fiziki olaraq təcrid etdi və nizami təhlükəsizlik qüvvələri ilə yanaşı hərbiçilərin güclü iştirakı ilə. Tamaşaçı keçidinin tətbiqi ilə Soçiyə getməzdən əvvəl Olimpiya Oyunlarına gələn ziyarətçilərin məcburi öz-özünə qeydiyyatı səlahiyyətlilərə məlumat qeydlərini əldə etməyə və bütün ziyarətçiləri əvvəlcədən yoxlamağa imkan verdi (10).

Turizm sektorunda idman turizminin inkişaf edən və dəyişən simasını təşkil edən bir hadisə kimi yaxın vaxtlarda deyil, xüsusən də 20-ci əsrdə öz təsirini göstərməyə başlamışdır. 20-ci əsrin ikinci yarısında insanların rifah səviyyəsinin yüksəlməsi ilə paralel olaraq nəqliyyat sektorunun inkişafı, idman

təşkilatlarının əhəmiyyəti və yeni mədəni və kommunikasiya inkişaflarının axtarışı idman və turizm arasındakı əlaqəyə öz töhfəsini vermişdir. İndiki mərhələdə turizm sektoru daxilində idman öz müstəqil strukturu və xüsusiyyəti ilə öz formasını yaradaraq konseptual bütövlük qazanmışdır. İdman və turizm təkcə idman tədbirində fəal iştirak etməkdən ibarət deyil, həm də mədəni və sosial fenomen kimi, passiv iştirak turizm fəaliyyətidir. İdman yarışlarının keçirildiyi ölkələrin iqtisadiyyat, sosial, sağlamlıq və ətraf mühit sahələrində çoxlu müsbət təsirləri vardır. Bu o deməkdir ki, idman tədbirlərinin keçirildiyi ölkəyə aktiv və ya passiv vəziyyətdə gələn turistlər pul-yəni maddi, ideya və yeniliklər, başqa sözlə mənəvi ölçülər təqdim edir və gəldikləri ölkədən qidalanma, yerləşmə və əyləncə tələb edirlər. Qeyd etdiyimiz arzularla yanaşı, idman təşkilatının keçirildiyi ölkəyə canlılıq gətirə biləcək yeni və müxtəlif iş imkanlarının ortaya çıxmasını təmin edir və pul axınının müsbət mənada təmin oluna biləcəyi effektini verir. Ölkəyə və bölbəyə xarici valyuta girişini təmin edir.

### Ədəbiyyat

1. Azərbaycan Respublikasının ixtisaslaşmış turizm sənayesinin inkişafına dair Strateji Yol Xəritəsi (2016)
2. Ozan, B. ve Kozak, M..(2013). Turizm ekonomisi, Detay yayıncılık
3. Metin, A. Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış. (2014) Anatolia Turizm araştırmaları dergisi. 15 ci cild. 2 ci buraxılış 159- 160
4. Ören, T.Ş. (2018). Spor Turizmi Aracılığı ile Sürdürülebilir Destinasyon Geliştirme: Hava Sporları Açısından Uşak İli Potansiyeli. Yayınlanmamış Doktora
5. Pamukçu, H. (2017). Helal Turizm ve Türkiye, Standart Dergisi, Haziran Sayısı. ss. 17-22
6. Yağcı, Ö. (2003). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.
7. Yeşil, M. (2015) Antalya'da Spor Turizmi: Mevcut Durumun Tespiti. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya. s
8. BBC.com.azeri.azerbaijan:  
[https://www.bbc.com/azeri/azerbaijan/2016/01/160107\\_formula1\\_costs](https://www.bbc.com/azeri/azerbaijan/2016/01/160107_formula1_costs)
9. Spor turizmi nedir ? Ülke ekonomisine katkısı nelerdir: <https://www.onlinezeka.com/turizm-nedir-ulke-ekonomisine-katkisi-nelerdir>
10. Turizm sektoruna Formula1 morali: <https://www.turizmnews.com/turizm-sektorune-formula-1-morali/20416/>

Rəyçi: i.ü.f.d. Firuz Qurbanov

Göndərilib: 10.04.2022

Qəbul edilib: 16. 05.2022