

İDMANIN İQTİSADİYYATA TƏSİRİ

Dos. Quliyev Y.N., Hüseyinli
G.H,b.m.Əsgərov M.N., b.m. Quliyev N. E.
yusifquliyev366@gmail.com

Azərbaycan Dövlət Bədən Tərbiyəsi və
İdman Akademiyası

Nəşr tarixi

Qəbul edilib: 1 oktyabr 2019

Dərc olunub: 5 noyabr 2019

©2019 ADBTİA. Bütün hüquqlar qorunur.

Annotasiya: Azərbaycanda idman iqtisadiyyatı, idman biznesi çox sürətli inkişaf etməkdədir. İdman insanları ictimailəşdirir; ictimai münasibətlərin qurulmasında və inkişafında böyük rol oynayır. Cəmiyyətlərin idman sayəsində bu dəyərlərə çatdığı bölgələrdə sosial strukturlar, dərnlər, klublar, obyektlər artır, ortağ həvəs və həyəcanların bölüşüldüyü bir mühitdə insanlar inkişaf etmiş sosial əlaqələr qurulur. İdman sənayesinin inkişafı və böyüməsi ilə istehsal olunan idmanın iqtisadi təsiri, mal və xidmətlərin artması səbəbindən, ön plana çıxır. Həm istehsal, həm istehlak baxımından idman,xidmət istehsalı və istehlak ölçüsü ilə idman iqtisadiyyatı sahəsini təşkil edir.İdman iqtisadiyyatı, idman sənayesi məhsullarının (mal və xidmətlər) istehsalı və istehlakı bu prosesdəki əlaqələri araşdıran elmin bir qolu olaraq təyin edilir.

Açar sözlər: idman, beynəlxalq aləm, iqtisadiyyat

“İdman elə bir sahədir ki, idmançılarımız müxtəlif ölkələrdə yarışlarda iştirak edir, qələbələr qazanırlar və hər dəfə müstəqil Azərbaycanın himni çalınır, bayrağı ucaldılır, dünyanın müxtəlif ölkələrində tanınır. Demək olar ki,idman kimi Azərbaycanın müstəqilliyinin rəmzlərini təmsil edən ikinci bir vasitə yoxdur. ” –

Heydər Əliyev.

Azərbaycanın hər dəfə idman sahəsinə görə təmsil olunması və uğur qazanması onun həm də iqtisadi inkişafı deməkdir. Dünyada milyard dollarlarla ölçülən bir həcmə çatan idman iqtisadiyyatı bugün özünün geniş imkanları ilə bir çox idman və istehsal sahələrinə də təsiretmə gücünə malikdir. Əgər qədim dövrlərdə idman yarışları, olimpiya oyunları yalnız şöhrət və əyləncə xatirinə keçirilirdisə,indi idmanın bir çox növləri öz kütləvililiyinə görə yüz milyonlarla insanın həyatının bir parçasına çevrilmiş, mühüm sosial – tərbiyəvi gücə malik olmuşdur.Müxtəlif yaş, sosial təbəqə və cinsdən olan idman azarkeşlərinin öz sevimli komandası üçün bir araya gəlməsi bugün cəmiyyətdə mühüm sosial effekt yaradan amillərdəndir [1]. Burada insanların həyat səviyyəsi, idmanın tarixi növlərinə olan bağlılıqla bərabər, sahənin kommersiya maraqları da öz sözünü deməkdədir. İdman və sağlamlığın qorunması kimi fəaliyyətlər əksər dövlətlərin sosial inkişaf proqramlarında öz yerini tutsa da, idmanın konkret növü üzrə nəaliyyətlər yalnız burada bazar prinsiplərinin yəni iqtisadi münasibətlərin ön plana çıxması ilə müşahidə olunur.

Şübhəsiz kütləvi idmanla bərabər,yaxşı idmançıları,idmanın növləri üzrə tanınmış ulduzlarıtanımayan yoxdur.Bu idmançıların oyun və çıxışları ilə bərabər, onların qazanc və qonarları da çoxdu. İdmançıların oyun və çıxışları ilə bərabər, onların qazanc və qonorları da çox söhbətlərin mövzudur. Başqa sözlə, bu gün bir Avropa ölkəsinin yüz milyard dollara çatan turizm gəlirindən necə danışırıqsa, eləcə də bir formula çempionunun və ya Futbol üzrə Avropa Çempionlar Liqasında oynayan bir tanınmış futbolçunun illik on milyonlarla dollar gəlirinə də elə yanaşmalıyıq. İdmanda təkcə idmançının deyil, onların məşqçilərinin, idman infrastrukturunu işçilərinin, bu infrastrukturun yaradılması və yenilənməsi üzrə sahələrin, idman avadanlıqları və idman geyimi istehsalı sahələrinin, habelə

reklam, sponsorluq, yayım kimi fəaliyyətlərin də idmançı ilə bərabər, iqtisadi maraqlarını ödəyə bilməsi bu sahədəki iqtisadi münasibətlərin səviyyəsi ilə izah olunur. Ona görə də sosial həyatın mühüm parçası olan idmanın səviyyəsini ölkənin ümumi iqtisadi-sosial inkişaf səviyyəsi ilə əlaqələndirib, idmandan alınan nəticələrə də bu inkişafa verilən töhfə kimi baxılır.

Ölkəmizdə idman biznesi, idman iqtisadiyyatı mövcuddurmu? Əgər mövcuddursa, idman iqtisadiyyatının ümumi iqtisadiyyatdakı payı neçə faizdir? Azərbaycanda idman iqtisadiyyatı, idman biznesi çox sürətli inkişaf etməkdədir. İdman insanları ictimailəşdirir; ictimai münasibətlərin qurulmasında və inkişafında böyük rol oynayır. Əslində, yeni dostluqların qurulması, qrupda bir yer qazanmaq, digər qrupun üzvlərini tanımaq kimi səylər insanın ictimai həyatına təsir edir və yetkinləşdirib cəmiyyət həyatına alışdırır. Cəmiyyətlərin idman sayəsində bu dəyərlərə çatdığı bölgələrdə sosial strukturlar, dərnlər, klublar, obyektlər artır, ortaq həvəs və həyəcanların bölüşüldüyü bir mühitdə insanlar inkişaf etmiş sosial əlaqələr qurulur. İdman sənayesinin inkişafı və böyüməsi ilə istehsal olunan idmanın iqtisadi təsiri, mal və xidmətlərin artması səbəbindən, ön plana çıxır. Həm istehsal, həm istehlak baxımından idman, xidmət istehsalı və istehlak ölçüsü ilə idman iqtisadiyyatı sahəsinin təşkil edir. İdman iqtisadiyyatı, idman sənayesi məhsullarının (mal və xidmətlər) istehsalı və istehlakı bu prosesdəki əlaqələri araşdıran elmin bir qolu olaraq təyin edilir.

Ölkə daxilində; idmançılar, idman menecerləri, idman təşkilatları, idman obyektləri, idarəetmə elementləri olan idman növləri təşkilatları idman iqtisadiyyatı üçün əsas siyasətlərin müəyyən edilməsində vacibdir. İdman müəssisələri tərəfindən istehsal olunan və idman istehlakçılara təklif olunan mal və xidmətlərin dəyəri, idman iqtisadiyyatının ümumi həcmindən çoxunu əhatə

edir. Bu baxımdan idman məhsullarının idman iqtisadiyyatında böyük payı var. İdman bazarı və ya sektoru, geniş çeşidli idman fəaliyyətləri ilə geniş çeşidli mal və xidmətlərdir. Bu sektor araşdırıldıqda, idman sahələrinin xüsusiyyətlərinə əsaslanan fərqliliklə yanaşı, idman bazarının quruluşunda yaranan fərqlər səbəbiylə bir fərq ola biləcəyini də unutmamalıyıq. Bu səbəblə bir idman növünün bazar analizində məsələni fərqli nöqtələrdən qiymətləndirmək çox vacibdir. İdman fəaliyyətinin iqtisadi çərçivəsinin təhlilində, ədəbiyyatda ümumiyyətlə qəbul edilən və müzakirə olunan fərqli yanaşmalar mövcuddur. Bu yanaşmalar mikro iqtisadiyyat, həm makroiqtisadiyyata əsaslanır.

İdman fəaliyyətləri əsudə vaxt sektorunun alt bazarı olaraq qəbul edildikdə, idmanın cəmiyyətə kollektiv şəkildə yaxşı təsir edilməsi və ya xidmət şəklində necə təqdim edilməsi ilə bağlı problem yaranır. Bu vəziyyətdə, idman fəaliyyətində iştirak edənlərin əhəmiyyəti olduğundan, idman bazarında səmərəliliyi və bərabərliyi artırmaq üçün hökumətin müdaxiləsi və ya tənzimlənməsi (yəni makro siyasət) qaçılmazdır. İdman xidməti təminatçıların əməyi və səyləri media reklamları ilə tamaşaçılarda yeni coşğu və ruh yüksəkliyi oyadır [2]. Gündəlik idman növlərinin, qaçış, üzgüçülük, gəzinti, fitness, aerobikanın cəmiyyət tərəfindən tələbatlı olması gündəlik idman növlərinin iqtisadiyyatın əsas tələbi və tələb-təklif tarazlığına uyğun olaraq satıla biləcəyi fikrini oyadır. Xüsusilə, fitness studiyalarının tətbiqi və ümumiyyətlə qəbul edilməsi bu tərzə doğruluğunu təsdiqləyir. Son on ildə idman reklamı böyük inkişaf göstərdi. Gizli reklamdan hədəf reklamına keçdik. Bu, iqtisadi marağın obyektini kimi idmana olan dəyərin artdığını göstərir.

Müasir turizmin və idmanın bir araya gəlməsi yalnız yeni yerləri və mədəniyyətləri tanımaq üçün deyil, eyni zamanda, bədəni yenidən dinamik hala gətirmək, yeni duyğular yaşamaq və yeni fəaliyyətləri sınaq üçün mükəmməl bir

fürsət təqdim edir. İdman və turizm arasındakı bu qarşılıqlı əlaqə Ümumdünya Turizm Təşkilatı (UNWTO) və Beynəlxalq Olimpiya Komitəsinin (IOC) də diqqətini çəkmiş və 1999-cü ilin sonlarında idman və turizm _ arasındakı əlaqələri gücləndirmək üçün əməkdaşlıq razılaşması imzalamışlar. Bütün bunların nəticəsində, idman turizmi alternativ bir turizm növü olaraq son illərdə getdikcə inkişaf edən və böyüyən bir sektor halına gəlmişdir.

Xüsusilə olimpiadalar, Dünya kuboku, Beynəlxalq Tennis turnirləri və s. kimi böyük miqyaslı idman tədbirlərinə olan maraq artımı idman turizminin inkişafında böyük rol oynamışdır. İdman təşkilatlarının ölkə təqdimatına və turizminə təsirini, iqtisadiyyata olan töhfələrini, yeni təsislər yaratmasını nəzərə alan ölkələr bu tədbirləri i öz ölkələrində reallaşdırmaq üçün böyük səy göstərirlər. Belə tədbirlərə ev sahibliyi etmək böyük investisiya və büdcə tələb etməsinə baxmayaraq, bu hadisələrin sonunda ölkələr daha çox uğur əldə edir. Beynəlxalq idman tədbirləri ölkələrə, öz mədəniyyətlərini və turizm potensialını tanıtmə, mövcud imiclərini inkişaf etdirmə və müsbət imic yaratma fürsəti verir. Bu baxımdan, beynəlxalq idman tədbirləri ölkənin tanıtılmasında vacib rol oynayır [3]. Beynəlxalq idman tədbirləri təşkil edilən ölkələrin, ya da şəhərin adı bütün dünyada 1 yaddaşlarda qalır (2000-ci il Sidney Olimpiadası, 2008-ci il Pekin Olimpiadası kimi). Bəzi şəhərlər isə belə tədbirlərin mərkəzi halına gəlmişdir. Məsələn, İtaliyanın Turin şəhəri son illərdə ard-arda təşkil etdiyi Qış İdman Oyunları ilə, qış turizmi dedikdə ilk ağla gələn şəhərlərdən biri olmuşdur.

Beynəlxalq səviyyədə idman tədbirlərinin təşkili ölkəyə gələn turist sayının artımına da əsaslı təsir göstərir. Məsələn, 2000-ci il Sidney Yay Olimpiadasından üç ay sonra Avstraliyaya gələn turistlərin sayı əvvəlki ilin eyni dövrü ilə müqayisədə 15% artmışdır. Eynilə 1992-ci ildə təşkil olunan Yay Olimpiya Oyunlarından sonra Barselonaya gələn turistlərin sayında xeyli artım olmuş, 1991-ci ildə 1.727.610 olan

turist sayı, 1993-cü ildə 2.455.249 nəfərə qədər yüksəlmişdir.

Beynəlxalq səviyyədə idman tədbirlərinin təsiri sadəcə turistlərin sayının artması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda, turizmdən əldə olunan gəlir artır, tədbirlərin keçiriləcəyi yerlərdə yeni iş yerləri yaranır, bununla da milli iqtisadiyyata və məşğulluğa öz töhfəsi verir.

Dünyanın idman arenalarında artıq özünə layiqli yer tutan Azərbaycanın beynəlxalq yarışlara ev sahibliyi etməsində idman nailiyyətlərimizlə yanaşı, iqtisadi nailiyyətlərimiz də vacib rol oynamışdır.

Bu gün Azərbaycanda idman və olimpiya hərəkətinin inkişafında da böyük canlanma var. Gələcəyə hesablanmış idman siyasəti ölkəmizdə sağlam nəsil və böyük idmançı ordusu formalaşdırıb. Bütün bunlar Azərbaycanda həyata keçirilən idman siyasəti, həmçinin idmanın inkişafına dövlət tərəfindən göstərilən diqqət və qayğının məntiqi nəticəsidir.

Artıq Azərbaycanda keçirilən Avropa, Dünya çempionatları silsilə xarakteri daşıyır.

Son illər beynəlxalq turnirlərin — bədii gimnastika, qılıncoynatma, taekvando, güləş, boks, karate, avarçəkmə, FİFA U-17 Qadınlar arası Dünya çempionatı, “Baku World Challenge” avtomobil yarışı və Dünya, Avropa çempionatlarının təşkili ölkəmizə böyük imic qazandırmışdır. 2015-ci ildə ölkəmiz tarixdə ilk dəfə təşkil olunan “Bakı- 2015” Avropa Oyunlarını layiqincə təşkil etməklə həm ölkəmizin, həm də Avropanın idman tarixinə öz adını yazdırdı. “Bakı-2015” ilk Avropa Oyunlarının ölkəmizə verdiyi töhfələrdən biri də idman obyektləridir. Belə ki, 2017-ci ilin mayında keçirilməsi nəzərdə tutulan IV İslam Həmrəylik Oyunları həmin idman obyektlərində — Bakı Olimpiya Stadionu, Tofiq Bəhramov adına Respublika Stadionu, Bakı Su İdmanı Sarayı, Bakı İdman Sarayı, “Baku Crystall Hail”, Bakı Tennis Akademiyası, Heydər Əliyev adına İdman Arenası, “Bakcell Arena”, Bakı Atıcılıq Mərkəzi, Bakı Ekspo Mərkəzində keçiriləcək.

keçirilən “Formula-1” yarışları ilə bağlı Bakıya 10 mindən artıq turistlərin gəlməsi 2016 – ci ildə gözlənilirdi. Yarışlardan sonra Bakı otellərindən verilən məlumatlara əsasən, bütün otellərin otaqları demək olar ki, tam sifariş olunmuşdu. Orta hesabla bir turistlərin 3 gün ərzində bütün xərci 1000 dollar ətrafında qiymətləndirilir. Bu isə təxminən 10 milyon dollar ölkəyə gəlirin gəlməsi deməkdir.

Belə mötəbər yarışların ölkədə keçirilməsi, xarici W investisiyaların daha intensiv cəlb olunması, onların özləri ilə bərabər, müasir texnologiyaları gətirməsi və bütün bunların nəticəsi kimi iqtisadiyyatın inkişaf etməsi, əhalinin sosial rifahının yaxşılaşması ilə nəticələnir. Qeyd olunanlarla yanaşı, ölkəmizdə idman turizminin inkişafı üçün aşağıdakı məsələlərə diqqət yetirmək lazımdır:

İdman turizmi sahəsində dövlət strategiyası işlənilib hazırlanmalıdır;

Ölkəmizdə aktiv idman turizmi üçün əlverişli yerlərin tanınması istiqamətində işlər görülməlidir;

İdman tədbirlərinə tamaşaçı qismində gələn turistlərin cəlb edilməsi ilə bağlı marketing strategiyası və siyasəti işlənmişdir;

İdman tədbirlərinin turizmin reklamı və məhsuluna çevrilməsi yolları araşdırılmalıdır.

İdman, turizm və özəl sektor arasında düzgün koordinasiya qurulmalıdır.

Azərbaycanın Milli Olimpiya Komitəsinin prezidenti İlham Əliyev ölkədə idmana böyük diqqət verərək milli idmançıların beynəlxalq yarışlarda mövqelərinin yüksəlməsinə çalışır. Beləliklə idmanın və siyasətin bir-birilə sıx əlaqədə olması sübut edilir. Lakin dövlətin maraqlarından çıxış edərək idmanın müsbət imkanlarının istifadəsi, beynəlxalq iqtisadiyyatı tərəfindən dövlətin qeyri əlverişli maraqlarının vacibliyinin izahı əsas meyar kimi qəbul edilir. Dövlətin idman imicinin formalaşması üzrə məqsədyönlü cəhdlərin aparılması ölkənin müsbət brendin formalaşmasına yönəldilməsi vacibdir.

Ədəbiyyat

1.Məmmədova S.M- “İqtisadiyyata giriş” Bakı - 2018

2. Atakişiyev .M. С. - Микро və makroiqtisadiyyat Bakı- 2010

3. Abbasov Ç.M. –

“Azərbaycanın dünya iqtisadiyyatınıninтеqra siya yolları”. Bakı - 2002

Влияние спорта к экономике

Доц. Кулиев Ю. Н., Гусейнли Г. Х., ст\пре. Аскеров М.Н., ст\пре. Кулиев Н.Е.

Азербайджанская Государственная Академия Физической Культуры и Спорта

Ключевые слова: спорт, международная арена

Аннотация. Спортивная экономика и спортивный бизнес в Азербайджане развиваются очень быстро и играют важную роль в установлении и развитии общественных отношений. Фактически, усилия по созданию новых друзей, завоеванию места в группе и знакомству с другими членами группы влияют на социальную жизнь человека и улучшают ее. Где люди достигают этих ценностей, социальные структуры, ассоциации, клубы, объекты растут, а социальные отношения выстраиваются в среде, где общие интересы являются общими. Экономическое влияние спорта, обусловленное развитием и ростом спортивной индустрии, выходит на первый план в связи с увеличением товаров и услуг. Спорт, производство и потребление услуг, как с точки зрения производства, так и потребления, составляют экономику спорта.

Impact of sport on the economy

Prof. asistent. Gouliyev Y.N., Gouseynli G.H., seniorlecturer Askerov M.N., senior lecturer Gouliyev N.E.
Azerbaijan State Academy of Physical Culture and Sport

Keywords: sport, international arena, biznes

Annotation: The sports economy and sports business are developing very fast in Azerbaijan. Sport socialises people; plays a major role in the establishment and development of public relations. In fact, efforts to build new friendships, gain a place in the group, and get to know the other group members affect and improve the social life of an individual. In regions where societies achieve these values social structures, associations, clubs, facilities grow and social relationships are built in an environment where people share common interests and excitement. The economic impact of sports produced by the development and growth of the sports industry comes to the fore due to the increase in goods and services. Both in terms of production and consumption, service production and consumption of sports constitute the sports economy. The sports economy is identified as a branch of science investigating the relationship in the process of production of sports industry products (goods and services) and consumption.

BƏDƏN TƏRBIYƏSİ VƏ İDMAN İDARƏETMƏ OBYEKTİ KİMİ

Həsənova G. F.
gunka251085@gmail.com

Azərbaycan Dövlət Bədən Tərbiyəsi və İdman Akademiyası

Nəşr tarixi

Qəbul edilib: 1 oktyabr 2019

Dərc olunub: 5 noyabr 2019

©2019 ADBTİA. Bütün hüquqlar qorunur.

Annotasiya: Məqalədə bədən tərbiyəsi və idmanın idarəedilməsinin yeni metodları, onu doğuran səbəblər və inkişaf perspektivləri araşdırılır. Bədən tərbiyəsi və idman sahəsinə sistem halında yaşamanın zəruriliyi nəzərdən keçirilir. Sistem yaşmada menecmentin müasir idarəetmə vasitəsi kimi üstünlükləri tədqiq olunur, menecmentdə funksional və struktur modellərindən istifadənin rolu və əhəmiyyəti aydınlaşdırılır. Bədən tərbiyəsi və idman obyektlərinin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq, məqsədin müəyyən etdirilməsi üçün meyarların (kriteriyaların) müəyyənləşdirilməsi və düzgün əlaqələndirilməsi problemləri aydınlaşdırılır.

Açar sözlər: bədən tərbiyəsi, idman, idarəetmə, sosial idarəetmə, idarəetmə subyektı, idarəetmə obyektləri.

Giriş. Bədən tərbiyəsi və idman müxtəlif fəaliyyət növlərini özündə birləşdirməklə, çoxlu sayda xidmət növləri və avadanlıqları istehsal etmək sayəsində cəmiyyətin sosial-iqtisadi fəallığının artmasına xidmət edir. Müasir qloballaşma və İKT-in sürətli inkişafı dövründə bədən tərbiyəsi və idman sahəsinə, diversifikasiyalaşmış (şaxələnən çox sahəyə nüfuz edən) və müxtəlif sosial-iqtisadi infrastrukturunu özündə birləşdirən sahələrarası kompleks kimi baxmaq lazımdır. Buda öz növbəsində bu sahəyə