



TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



TÜRKİYE'DE SPOR TURİZMİNİN GELİŞİMİNE
YÖNELİK POLİTİKA VE ÖNCELİKLERE İLİŞKİN
BİR ARAŞTIRMA

Kürşad ERGÜN

SPOR BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN

Prof. Dr. Hakan SUNAY

ANKARA

2022

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKİYE'DE SPOR TURİZMİNİN GELİŞİMİNE
YÖNELİK POLİTİKA VE ÖNCELİKLERE İLİŞKİN
BİR ARAŞTIRMA

Kürşad ERGÜN

SPOR BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN
Prof. Dr. Hakan SUNAY

ANKARA

2022

ETİK BEYAN

Ankara Üniversitesi

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Doktora tezi olarak hazırlayıp sunduğum, “Türkiye’de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Politika ve Önceliklere İlişkin Bir Araştırma” başlıklı tez; bilimsel ahlak ve değerlere uygun olarak tarafımdan yazılmıştır. Tezimin fikir/hipotezi tümüyle tez danışmanıma ve bana aittir. Tezde yer alan çalışmalar, tarafımdan yapılmış olup; tüm cümleler ve yorumlar bana aittir.

Yukarıda belirtilen hususların doğruluğunu beyan ederim.

Öğrencinin Adı Soyadı: Kürşad ERGÜN

Tarih: 22/11/2022

İmza:

KABUL ONAY

Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü

Spor Bilimleri Anabilim Dalında

Kürşad ERGÜN tarafından hazırlanan

“Türkiye’de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Politika ve Önceliklere İlişkin Bir
Araştırma” adlı tez çalışması

Aşağıdaki jüri tarafından DOKTORA TEZİ olarak OY BİRLİĞİ / OY ÇOKLUĞU

ile kabul/ret edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi: 22/11/2022

Prof. Dr. Tekin ÇOLAKOĞLU

Gazi Üniversitesi

Jüri Başkanı

Prof. Dr. Hakan SUNAY

Ankara Üniversitesi

Üye

Doç. Dr. Velittin BALCI

Ankara Üniversitesi

Üye

Doç. Dr. Seçkin DOĞANER

Ankara Üniversitesi

Üye

Dr. Öğr. Üyesi İ. Fatih YENEL

Gazi Üniversitesi

Üye

Tez hakkında alınan jüri kararı, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü
Yönetim Kurulu tarafından onaylanmıştır.

Prof. Dr. Fügen AKTAN

Sağlık Bilimleri Enstitüsü Müdürü

İÇİNDEKİLER

Etik Beyan	ii
Kabul Onay	iii
İçindekiler	iv
Önsöz	vi
Şekiller	vii
Çizelgeler	viii
1. GİRİŞ	1
1.1. Spor Turizmi Yaklaşımı	3
1.2. Spor Turizmi Kategorileri	6
1.3. Spor Turizminin Etkileri	18
1.4. Amaç	24
2. GEREÇ VE YÖNTEM	26
2.1. Araştırma Modeli	26
2.2. Çalışma Grubu	27
2.3. Veri Toplama Araçları	31
2.4. Veri Toplama Süreçleri	32
2.5. Verilerin Çözümlemesi	33
2.6. Geçerlik ve Güvenirlik (İnandırıcılık – Aktarılabilirlik – Tutarlılık)	35
2.7. Araştırmacının Rolü	37
3. BULGULAR	40
3.1. Spor Turizmine İlişkin Nitel Bulgular	40
3.2. Spor Turizmine Bakış Açısı Temasına İlişkin Bulgular	42
3.2.1. Kavramsal Değerlendirme Kategorisine İlişkin Bulgular	42
3.2.2. Türkiye’de Spor Turizmi Kategorisine İlişkin Bulgular	45

3.2.3. Uluslararası Karşılaştırma Kategorisine İlişkin Bulgular	48
3.2.4. Sürdürülebilirlik Yaklaşımı Kategorisine İlişkin Bulgular	51
3.2.5. Gelişime Yönelik Engeller Kategorisine İlişkin Bulgular	55
3.3. Stratejik Öncelikler Temasına İlişkin Bulgular	58
3.3.1. Eğitim ve Araştırma Kategorisine İlişkin Bulgular	58
3.3.2. Tesis ve İşletme Kategorisine İlişkin Bulgular	61
3.3.3. Ürün ve Destinasyon Kategorisine İlişkin Bulgular	64
3.3.4. Tanıtım ve Pazarlama Kategorisine İlişkin Bulgular	66
3.3.5. Paydaş İş Birliği Kategorisine İlişkin Bulgular	69
4. TARTIŞMA	73
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	102
ÖZET	109
SUMMARY	110
KAYNAKLAR	111
EKLER	119
Ek-1 Etik Kurul Onayı	119
Ek-2 Gençlik ve Spor Bakanlığı Araştırma İzni	120
Ek-3 Sağlık Bilimleri Enstitüsü Kurul Onayı	121
Ek-4 Aydınlatılmış Onam Formu	122
Ek-5 Görüşme Soruları	123
ÖZGEÇMİŞ	124

ÖNSÖZ

Bu çalışma Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik politika ve öncelikleri araştırmak amacıyla yapılmıştır. Bu doğrultuda, elde edilen sonuçların literatüre katkı sağlaması ve daha sonrasında spor turizmi ile ilgili yapılacak çalışmalar için faydalı olması beklenmektedir.

Doktora eğitimim süresince tez danışmanlığımı üstlenerek çalışmalarımın her aşamasında bilgisini, tecrübesini, zamanını ve yardımlarını benden esirgemeyen değerli hocam Prof. Dr. Hakan SUNAY’a bana sağladığı katkıları, güveni ve sonsuz sabrı için teşekkürlerimi sunarım.

Tez konusunun ortaya çıkışında, yapılandırılmasında ve bu duruma gelmesinde zamanını ayırarak her seferinde beni sabırla dinleyen, cesaretlendiren, katkı veren ve yönlendiren değerli hocam Doç. Dr. Velittin BALCI’ya teşekkürü bir borç bilirim.

Doktora sürecimde tanışma fırsatı bulduğum kıymetli hocalarım Dr. Öğretim Üyesi Fatih YENEL ve Prof. Dr. Tekin ÇOLAKOĞLU’na bana her defasında zaman ayırıp sabırla dinledikleri ayrıca desteklerini esirgemedikleri için teşekkürü bir borç bilirim.

Tez sürecinde zaman ayıran ve katkı veren Doç. Dr. Seçkin DOĞANER ile Dr. Öğretim Üyesi Övünç ERDEVECİLER’e ayrıca bu zorlu süreçte yanımda olan; Bora GÖKTEPE, Erkan POLAT, Mahmut ELMAS, Halil Erdem AKOĞLU ile Gençlik ve Spor Bakanlığında çalışan mesai arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Araştırma sürecine gönüllü olarak katılmış tüm katılımcılara, bana verdikleri destek ve ayırdıkları zaman için teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak benim bugüne gelmemde şüphesiz ki en fazla emeği olan, bana daima yürekten inanan, benim başarılı ve iyi bir insan olmam için benden maddi, manevi desteğini hiçbir zaman esirgemeyen, çok değerli annem, babam ve kardeşlerime teşekkürü bir borç bilirim.

ŞEKİLLER

Şekil 1. 1. Standeven ve Knop'un Spor Turizmi Türleri	8
Şekil 1. 2. Gammon ve Robinson'un Spor ve Turizmi Tüketici Sınıflandırması	9
Şekil 1. 3. Weed'in Spor Turizmine Katılım Modeli	16
Şekil 3. 1. Kodlamalara İlişkin Kelime Bulutu	40
Şekil 3. 2. Spor Turizmine Bakış Açısı Teması Kategorileri ve Kodlama İstatistiği	42
Şekil 3. 3. Kavramsal Değerlendirme Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	43
Şekil 3. 4. Türkiye'de Spor Turizmi Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	45
Şekil 3. 5. Uluslararası Karşılaştırma Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	48
Şekil 3. 6. Sürdürülebilirlik Yaklaşımı Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	52
Şekil 3. 7. Gelişime Yönelik Engeller Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	55
Şekil 3. 8. Stratejik Öncelikler Teması Kategorileri ve Kodlama İstatistiği	58
Şekil 3. 9. Eğitim-Araştırma Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	59
Şekil 3. 10. Tesis ve İşletme Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	61
Şekil 3. 11. Ürün ve Destinasyon Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	64
Şekil 3. 12. Tanıtım ve Pazarlama Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	67
Şekil 3. 13. Paydaş İş Birliği Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği	70

ÇİZELGELER

Çizelge 1. 1. Kurtzman'ın Spor Turizmi Kategorisi	10
Çizelge 1. 2. Huggins'in Spor Turisti Türleri	11
Çizelge 1. 3. Hinch ve Higham'ın İlgi Çekici Yer Kategorisi	12
Çizelge 1. 4. Weed ve Bull'un Spor Turizmi Kategorileri	14
Çizelge 1.5. Pigeassou'un Turizm ve Spor Sosyal Uygulamalar Kategorisi	17
Çizelge 1. 6. Collins ve Jackson'ın Spor Turizmi Muhtemel Etkileri	21
Çizelge 2. 1. Pilot Görüşmelere Katılanların Demografik Özellikleri	29
Çizelge 2. 2. Bireysel Görüşmelere Katılanların Demografik Özellikleri	30
Çizelge 2. 3. Odak Grup Görüşmesine Katılanların Demografik Özellikleri	31
Çizelge 3. 1. Tema ve Kategoriler	41

1. GİRİŞ

İnsanlar yeni yerler, kültürler ve deneyimler aramak için yüzyıllar boyunca seyahat etmişlerdir. İnsanların seyahat etme arzusu, yakın sosyo-kültürel çevreleri ve uzakların çekiciliğiyle ilgilidir. Ayrıca bu seyahat dürtüsü, küresel boyutlarda sosyal, ekonomik ve çevresel etkilere sahiptir. Bunun yanı sıra seyahat eden turistlerin motivasyonunu, beklentileri ve deneyimleri belirler (Heath ve Wall, 1991, ss. 3-4). Bu bağlamda insanların ister katılımcı ister seyirci olsun bir spor ortamında kendilerini ödüllendirmek veya belirli bir doyuma ulaşmak için spor aracılığıyla yeni yerlere seyahat ettikleri söylenebilir (Zauhar, 2004).

Antik Olimpiyat Oyunlarından beri spor ve turizm ilişkisinin var olduğu ve yüzyıllar boyunca turistleri cezbediğini söylemek mümkündür. Diğer taraftan her geçen gün artan nüfus, elde edilen gelirdeki yükseliş, daha fazla seyahat etme isteği ile kısa tatillere artan ilgi ve daha düşük ulaşım ücretleri özellikle uzun mesafelere erişmek için daha kolay seyahat kavramını karşımıza çıkarmaktadır (Huggins, 2013). Bu yönüyle 20. yüzyılın ikinci yarısından bu yana uluslararası seyahat ve turizmin kitlesel gelişimi ile bu tür faaliyetlere katılmak için çok daha fazla fırsat sunulduğu söylenebilir. Diğer taraftan giderek artan sayıda spor ve bu spor çeşitlerine daha fazla ilgi, uluslararası spor organizasyonları hakkında daha fazla bilgi edinilebilmesi (internet ve spor yayınları ile aktivite tatilleri) ve bunların oluşturduğu farkındalık, spor ve turizm endüstrilerinin gelişimine ve aralarındaki ilişkiye katkı sağlamaktadır. İlk değerlendirmelerde araştırmaların, farklı sosyal yapılar çerçevesinde spor ve turizmin göreceli önceliğine göre odaklandığını vurgulayan Van Rheenen ve ark. (2017) göre spor ve turizm anlayışı; motivasyon olarak spor, spor turizmi faaliyetleriyle ilgili deneyim, ekonomik çıkarlar, zaman ve mekan gibi diğer boyutları da dikkate alarak yıllar içinde genişlemiştir.

Turizmin gelişimi, spor turizmi de dahil olmak üzere belirli turizm biçimlerinin gelişimi ile doğru orantılı olduğu söylenebilir (Schlemmer ve ark., 2020, ss. 93-94). Hem sporcu hem de izleyici rolünde sporla ilgili seyahat son yıllarda önemli ölçüde

büyüyen çeşitli ve çok boyutlu bir fenomen haline gelmiş ve neredeyse tüm kıtalarda insanlar arasında turistik hareketliliği artırmıştır (Malchrowicz-Mosko ve Munsters, 2018). Bu çerçevede küresel turizm ekonomisinin %15-30'unun sporla ilgili seyahatler olduğu tahmin edilmektedir. Ayrıca önümüzdeki yıllarda turizmin gelişmesine yönelik bir görünüm sergileyeceği ve bu tür gezilerin daha da artacağına işaret edilmektedir (Vehmas, 2010). Bu yönüyle modern turizmde spor sadece algısal bir role sahip değildir. Aynı zamanda turistlerin çeşitli sporların aktif katılımcıları haline geldiği ve bir konaklama içeriğine dönüştüğü de anlaşılmaktadır (Jaksic-Stojanovic ve ark., 2019).

Sporun, turizm alanında önemli bir sosyal olgu ve kültürel bir etkinlik olarak rol oynadığını ileri süren Malchrowicz-Mosko ve Munsters (2018), spor turizminin güçlü duygular aramak veya aktif bir yaşam tarzına öncülük etmek gibi mevcut eğilimleri, ihtiyaçları ve yaşam tarzlarını yansıtan günümüz sosyal gerçekliğinin özerk bir fenomeni olarak algılandığını ifade etmektedir. Diğer taraftan spor yapmanın veya izlemenin her zaman en yaygın kültürel davranış biçimlerinden biri olmasının yanı sıra turistlerin mega spor etkinliklerine sıklıkla katılmasıyla spor turizmi giderek daha fazla ön plana çıkmıştır. Spor turizminin iki temel biçimde kendini gösterdiğini ileri süren Woodham (2016, ss. 74-75) ise spor turizmini; esas olarak yarışmalara veya etkinliklere fiziksel katılım yoluyla spor yapmaya dayanan aktif spor turizmi ile spor etkinliklerine seyirci olarak katılmayı ve spor turisti olarak turistik yerleri ziyaret etmeyi içeren pasif spor turizmi şeklinde ifade etmektedir. Diğer taraftan araştırmaların çoğunlukla büyük spor etkinliklerinin etkilerine ve mirasına odaklanmasıyla bir dizi yaklaşım ve bağlantı oluşmasıyla birlikte etkinlik spor turizmini ön plana çıkardığı söylenebilir (Preuss, 2018). Bu çerçevede spor turizmi, gelişen dünyanın en çok aranan etkinlik deneyimleri arasında yer almaktadır.

Bu sosyal uygulamaların çok önemli ekonomik faaliyetler haline gelmesi nedeniyle destinasyonlar, ürün çeşitlerini geliştirmek için spor etkinlik ve faaliyetlerini bir araç olarak kullanmışlardır (Cheung ve ark., 2016). Arnegger ve Herz (2016) ise bu yönüyle spor turizminin yoğun olmayan sezonlarda spor etkinlikleri aracılığıyla bir destinasyonun imajını geliştirmeye yönelik önemli bir

unsur olduğunu ileri sürmektedir. Spor turizmine ülkelerin bakış açısı ise muhtemel ekonomik ve daha fazla tanıtım faydası ile öne çıkmış ayrıca ulusal düzeyde de artarak önem kazanmıştır. Diğer taraftan spor etkinlikleri; spora katılımı artırabilir, yerel yaşam kalitesini olumlu etkileyebilir, sosyal uyumu ve sosyal sermaye oluşumunu geliştirebilir. Aynı zamanda coşkuyu, gururu ve ev sahibi topluluğun vatanseverliğini artırırken yabancı bir ülke veya kültüre de ilgi uyandırabilir (Jamieson, 2014). Bu çerçevede birçok ülkenin bu dinamik sektörü birincil gelir kaynağı, istihdam yaratma, özel sektör büyümesi ve altyapı geliştirmeye yönelik olarak ön planda tuttuğunu ifade eden Mirzaie ve ark. (2022), bu doğrultuda spor turizmi alanında akademik araştırma ve geçerli sertifikaların oluşturulması için eğitim, kültür, iş yaratma, medya yönetimi ve sosyal medya gibi konularda uzmanlaşması gerektiğini ileri sürmektedir.

Nihayetinde ulaşım ve teknoloji alanındaki gelişmeler ile sosyo-ekonomik dönüşüm birleştiğinde birçok kişinin seyahat etmesini kolaylaştırırken bu durum spor turizmi kavramını, kalkınma için bir odak noktası haline getirdiği de görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin 11. Kalkınma Planı (2019-2023) çerçevesinde “spor turizmi” kavramına, spor politikaları arasında yer verdiği görülmekte ayrıca stratejik açıdan önemli bir adım atıldığı anlaşılmaktadır (Strateji ve Başkanlığı, 2019). Diğer taraftan spor politikalarının uygulama ve geliştirilmesi sürecinde ilgili ve öncelikli kamu kurumu olan Gençlik ve Spor Bakanlığının “Spor Turizmi Çalıştay” (10-13 Kasım 2019/Antalya) düzenlemiş olması da bu alanın gelişimine yönelik farkındalık oluşturduğu söylenebilir. Bu farkındalık çerçevesinde Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik politika ve önceliklerin değerlendirilmesi ve fenomenoloji yaklaşımıyla çok boyutlu incelenmesi hedeflenmiştir.

1.1. Spor Turizmi Yaklaşımı

Turizm alanındaki büyüme ister yurtiçinde ister yurtdışında olsun, iş rutininden uzaklaşma ve tatillere katılma arzusunu artırdığı söylenebilir. Genel olarak turizm, evden belirli bir mesafenin ötesinde veya kişinin daimi ikamet yerinden farklı bir

coğrafi alanda gerçekleşen faaliyet biçimini ifade etmektedir (Heath ve Wall, 1991, ss. 5-6). Turizm tanımlamalarının kavramın arz (endüstri) açısından mı yoksa talep (tüketici) açısından mı kullanıldığına göre değiştiğini ifade eden Smith (1988), farklı ihtiyaçlara göre farklı turizm tanımları olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, turizm tanımlarının genellikle turizm faaliyetleri ve fırsatları için kendi güdülerini tanımlamaya çalışan birey, kurum ve kuruluşlar nedeniyle farklılık gösterdiğini belirtmektedir. Murphy (1985, s. 9) göre turizm, “yerleşik olmayanların seyahatini” içerir. Turist olarak kabul edilmek için, bireylerin ayrılmaları ve sonunda evlerine geri dönmeleri gerekir. Bireyin seyahat etmesi başlı başına turizm teşkil etmese de gerekli koşullardan biridir. Bu boyuta bir dizi minimum seyahat mesafesi dahil olmak üzere çeşitli niteleyiciler yerleştirilmiştir. Ancak temel seyahat kavramı evrensel olarak kabul edilmiştir. İkinci en yaygın boyut, turizmle ilişkili zamansal özellikleri içerir. Bu boyutun merkezinde, seyahatin “en az bir gecelik geçici olarak evden uzak durma” ile karakterize edilmesi gerekliliği vardır (Leiper, 1981). Bunun yanı sıra seyahat en az bir gece konaklamayı içermiyorsa genellikle günübirlükçi tabiri kullanılır. Bu tanımlama hem ulusal hem de uluslararası seyahat edenlere uygulanabilir (Weaver ve Oppermann, 2000, s. 28). McIntosh ve ark. (1995, s. 10) ise turizmi, turistler ve günübirlük ziyaretçileri varış noktasına çekme ve konaklama sürecinde; turistler, günübirlük ziyaretçiler, iş tedarikçileri, ev sahibi idari yapı ve ev sahibi toplumun etkileşiminden doğan olgu ve ilişkilerin toplamı olduğunu ileri sürmektedir.

Spor ise elbette uzun zamandır eğitim müfredatının bir parçası olmuştur. Ancak modern yaşam ve şehirleşme ile her zamankinden daha fazla sağlıklı yaşam ile ilişkilendirildiği söylenebilir (Gruneau, 1980). Spor aynı zamanda vücudun test edilmesi, bireyin kendini geliştirmesi yoluyla kendini tamamlama arzusunun gerçekleştirilmesi ve insanlara sağladığı derin tatmin açısından da yorumlanmıştır (Mcpherson ve ark., 1989, ss. 16-17). Diğer taraftan modern sporun genel olarak yüksek düzeyde organize ve yapılandırılmış olduğu, yarışmaların ortak zaman ve yerlerde yapıldığı ayrıca performans kayıtlarının tutulduğu kabul edilir (Gruneau, 1980). Rekabetçi sporların seyirciler için özel bir çekiciliği vardır. Çünkü bu insanlar aktif katılımcılarla ortak bir kimliği paylaşırlar (Mcpherson ve ark., 1989, ss. 18-19).

Rekabetçi sporun önemli bir özelliği de sınıflandırılan faaliyetlerin bir dereceye kadar resmi olarak yapılandırılması ve resmi kuralların, davranış ve prosedürlerin düzenlenmesidir (Zauhar, 2004). Coakley (1990, s. 8), organize sporu “katılımcıları içsel ve dışsal faktörlerin bir kombinasyonu tarafından motive eden ve bireyler tarafından yoğun fiziksel eforu veya nispeten karmaşık becerilerin kullanımını içeren kurumsallaşmış rekabetçi bir aktivite” olarak ifade eder. Crone (1999) ise rekabetçi sporu, eğlenceli spor aktivitelerinden farklı kılan temel yönleri olduğunu ileri sürmektedir. Bunlar; kazanmaya verilen önemin derecesi, dışsal ödüller üzerindeki vurgunun derecesi (örneğin para, güç ve prestij) ve bürokratikleşme oranıdır.

Rekreasyonel açıdan spor ise faaliyetlerin fiziksel olarak yönlendirilmiş bir ortamda ve gönüllü katılım bağlamında sınırlı organizasyonla gayri resmi olarak yapılandırılmasıdır. Ayrıca eğlence amaçlı spor, genellikle bireysel katılımcı için doğası gereği rekabetçi olması gerekmeyen, varsa az sayıda seyircinin katıldığı ve kendi kendini yönlendiren bir aktivitedir (Zauhar, 2004). Diğer taraftan rekreasyonel spor, uyarılma, meydan okuma, kendini gerçekleştirme ve oyalama gibi faktörleri içerebilen bireysel/grup katılımı için birçok fırsata sahiptir (Mcpherson ve ark., 1989, ss. 18-19). Bu yönüyle iki kişi bir hakeme ihtiyaç duymadan gayri resmi olarak tenis oynayabilir ve kolayca skor tutabilir. Diğer taraftan golf gibi bir oyun, vuruşları sayılarak veya hiç sayılmadan oynanabilir. Katılımcılar, bu tür uygulamaların sporun gerçek anlamını çarpıttığını iddia edebilir. Ancak bir gözlemcinin, söz konusu faaliyetlerin geçici ve yarı ciddi olsa da bir spor türü olmadığı sonucuna varması sağduyuya aykırıdır. Bunlar tartışmaya açık bir şekilde oyun olarak spordur, oysa sıkı yapılandırılmış hedefe yönelik oyunlar rekabetçi spordur (Gruneau, 1980).

Spor turizmi açısından oyun olarak spor normalde aktif turist davranışıyla (sporda yer alma) ilişkilendirilirken, spor olarak rekabet genellikle pasif turist davranışıyla (spora tanık olma) ilişkilendirilir ancak ikinci durumda spor turistleri bunu yapabilir. Bu nedenle hem rekabet olarak spor hem de oyun olarak sporun kabul ettiğimiz fiziksel aktiviteleri kavramsallaştırmanın olağan bir yolu olduğu sonucuna varılabilir (Ritchie ve Adair, 2004, ss. 2-4).

1.2. Spor Turizmi Kategorileri

Spor turizmi literatüründe, “spor turizmi ve spor turisti” ifadelerini tanımlamaya yönelik farklı bakış açıları ve kapsamlı değerlendirmeler bulunmaktadır.

Spor turistini tatildeyken spora katılan bir birey olarak tanımlayan De Knop (1990), üç tür aktif spor tatili tanımlamıştır. Bunlar:

- Kayak gibi spor tatili,
- Gezinin birincil amacı spor olmasa da bir tatil yerindeki spor olanaklarından yararlanmak,
- Turistlerin plaj voleybolu gibi organize olmayan spor etkinliklerine katıldığı özel spor tatilleridir.

Spor turizmini ticari olmayan veya boş zaman davranışı olarak değerlendiren Hall (1992), spor turizminde iki temel davranış olduğunu öne sürmüştür. Bunlar:

- Sporu izlemek için evden uzaklaşmak,
- Spora katılmak için seyahat etmektir.

Nogawa ve ark. (1996) ise spor turisti kavramını etkinlik alanında en az 24 saat kalan ve birincil amacı bir spor etkinliğine katılmak olan ziyaretçi olarak tanımlamaktadır. Ayrıca ziyaret edilen alan ikincil bir cazibe merkezi olarak değerlendirmiştir. Diğer taraftan spor turistlerinin;

- Seyahat etmedeki birincil amacı organize bir spor etkinliğine katılmak olan kişiler,
- Birincil amacı organize bir spor müsabakasını izlemek olan müsabaka seyircileri,

- Kendi kendini organize eden sporlara katılmak için seyahat eden spor severler olarak ifade etmektedir.

Turco ve Eisenhardt (1998) ise spor ve turizm arasındaki bağlantıya ilişkin tartışmalarında aktif spor turizmine atıfta bulunur ve bir spor etkinliğine ev sahipliği yapan bir topluluk için sahip olabileceği ekonomik uyarılara odaklanacağını belirtmektedir.

Pitts (1999) ise spor pazarlaması ve yönetimi açısından spor turizminin iki geniş ürün kategorisinden oluştuğunu ileri sürmektedir. Bunlar:

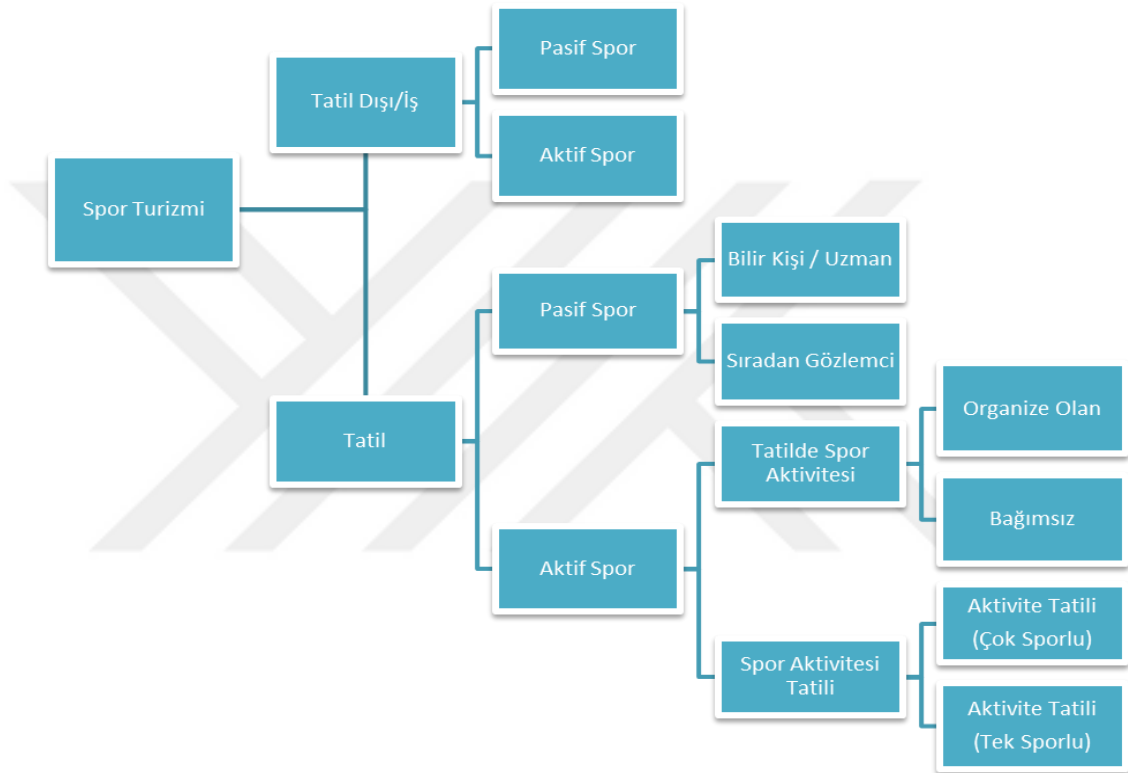
- Spor katılım seyahati (spor, eğlence, boş zaman veya fitness aktivitesine katılmak amacıyla seyahat),
- Spor seyirci seyahati (spor, dinlenme, boş zaman veya fitness aktivitelerini ve etkinliklerini izlemek amacıyla seyahat) olarak ileri sürmektedir.

Gibson (1998) ise spor turizmini, “bireyleri fiziksel aktivitelere katılmaları, fiziksel aktiviteleri izlemeleri veya fiziksel aktivitelerle bağlantılı cazibe merkezlerine saygı göstermeleri için kendi topluluklarının dışına geçici olarak götüren boş zaman temelli seyahat” olarak tanımlamakta ve üç tür spor turizmi olduğunu ileri sürmektedir. Bunlar:

- Aktif Spor Turizmi,
- Etkinlik Spor Turizmi,
- Nostalji Spor Turizmi.

Standeven ve Knop (1998, s. 12) ise spor turizmini, “evden ve işten uzaklaşmayı gerektiren, ticari olmayan veya iş/ticari nedenlerle rastgele veya organize bir şekilde sportif faaliyetlere aktif ve pasif katılım biçimlerinin her türlü” olarak tanımlamaktadır.

Diğer taraftan spor turizmine yönelik tatil veya tatil amaçlı olmayanlar arasında bir ayırım yapmakta ayrıca aktif ve pasif spor turistleri birbirinden ayırmaktadır. Pasif spor turistleri, seyahatleri sırasında sporun ne kadar önemli olduğuna göre gruplandırılır. Sıradan gözlemciler ise spor etkinliklerini veya spor müzelerini ziyaret etmeyi seven uzmanlara göre sporla daha az ilgilenirler. Standeven ve Knop (1998, s. 12)'un “Spor Turizmi Türleri” Şekil 1.1’de verilmiştir.



Şekil 1. 1. Standeven ve Knop’un Spor Turizmi Türleri

Spor turizmini, etkinlik veya faaliyetlerin türü ve bunların öncelikli olarak turizm veya spor deneyimi ile bağlantılı olup olmadığına göre belirlenebileceğini ileri süren Gammon ve Robinson (2003), spor turistlerini, “katı” veya “ılımlı” katılımcılar olarak sınıflandırmayı tercih etmektedir. Değerlendirmelerinde; “katı” bir spor turisti, rekabetçi sporlara aktif veya pasif katılım için seyahat eden bir kişidir. Bu nedenle seyahat için temel motivasyonları spordur. Diğer taraftan “ılımlı” spor turisti ise rekabetçi aktiviteden daha çok rekreasyon veya boş zaman aktiviteleriyle ilgilenenlerdir. Bu çerçevede “ana motivasyon spordaysa, turistik

unsur ikincil bir takviye görevi görür ve turizm ana ilgi alanıysa spor takviye görevi üstlenir” olduğunu ileri sürer. Gammon ve Robinson (2003)’un “Spor ve Turizmi Tüketici Sınıflandırması” Şekil 1.2’de yer almaktadır.



Şekil 1. 2. Gammon ve Robinson’ın Spor ve Turizmi Tüketici Sınıflandırması

Kurtzman (2005) ise spor turizmini, “sporun turizm faaliyetleri için bir araç olarak kullanılması” olarak tanımlamıştır. “Bir spor turistinin aktif bir katılımcı veya pasif bir seyirci olabileceğini ileri sürerken turizm için “kutuplaştırıcı” olanın sporun “fiziksel” yönü olduğunu vurgulamaktadır.” Bu doğrultuda altı ana spor turizm kategorisi olduğunu öne sürerek spor turizmi tanımlamalarına katkı sağlamıştır. Çizelge 1.1’de “Spor Turizmi Kategorisi” yer almaktadır.

Çizelge 1. 1. Kurtzman'ın Spor Turizmi Kategorisi

No	Kategoriler	Katılım Örnekleri
1	Spor Turizmi Etkinlikleri	Olimpiyat Oyunları, Ulusal/Uluslararası spor oyunları, Şampiyonalar, Maratonlar, Lig maçları, Dünya kupaları, Derbiler, Spor festivalleri, Bowling oyunları.
2	Spor Turizmi Çekicilikleri	Spor müzeleri, Şöhret salonları, Spor konferansları, Spor gösterileri, Spor tema parkları, Rafting, Golf kursları, Balon festivalleri, Stadyumlar, Spor klinikleri, Okullar, Kamplar.
3	Spor Turizmi Turları	Profesyonel spor oyunları turu, Spor macera turları, Tesis / Etkinlik turları, Oyun safarileri, Eğitim turları, Bisiklet / Yürüyüş / Tırmanma / Mağaracılık / Kayak turları.
4	Spor Turizmi Tesisleri	Tenis / Kayak / Şnorkel/Tüplü dalış tesisler, Fitness & Spa tesisleri, Çoklu Spor Tesisleri, Kamp alanları, Spor otelleri, Balık tutma tesisleri, Golf kulüpleri.
5	Spor Turizmi Gezileri (Gemi)	Ünlü spor yolculukları, Yelkenli turları, Balina tekne gezileri, Tüplü \ Şnorkel gezileri, Sportif derin deniz balıkçılığı, Spor konferansı gezileri, Kano / Kayak / Kürek / Yat / Katamaran turları, Sağlık ve fitness gezileri.
6	Macera Turizmi	Rafting / Bisiklet turları / Dağ tırmanışı ve yürüyüş / Kayak turizmi / Golf turizmi

Çizelge 1.1'de Kurtzman (2005), turizmle doğrudan ilişkisi olan faaliyet kategorileri doğrultusunda tanımlamalara yer vermiştir. Destinasyon, tarihsel, politik, sosyo-ekonomik etki unsurları ve benzerlerini bir faaliyet kategorisi içerisinde değerlendirmiştir.

Huggins (2013) ise spor turizmi kapsamında profesyonel ve amatör, rekabetçi veya rekabetçi olmayan, sosyal, eğlence ve gayri resmi aktivitelerin yanı sıra boş

zaman, iş ve günübirlik etkinliklere katılan spor turistlerini odak noktalarına göre değerlendirmiştir. “Spor Turisti Türleri” ise Huggins (2013)’den uyarlanarak Çizelge1.2’de yer verilmiştir.

Çizelge 1. 2. Huggins’in Spor Turisti Türleri

Odak Noktası Tatil	Daha az çalışılan spor turist grupları olarak ifade edilebilir. Bunlar; tatilin ana motivasyon kaynağı olduğu ziyaretçilerdir. Ara sıra eğlence veya sosyal açıdan spor katılımcıları olarak tesadüfen veya pasif olarak bir tür spora katılabilir veya bölgede gerçekleşen bir etkinliği izleyebilirler.
Odak Noktası Spora Katılmak	Odak noktasının asıl amacı ise bir spor etkinliğine katılmak olan turistler; seyahatleri spor yerlerini/alanlarını ziyaret etmek, spor etkinliklerine katılmak/yarışmak, spor aktivitelerini gözlemlemek, spor hakkında daha fazla bilgi edinmek veya becerilerini geliştirmek için spor tarafından motive edilen kişilerdir. Büyük bir etkinliğin havasını, bir spor etkinliğinin ortamını, sporcuların buluşmasını deneyimleyen sporcular ve bunu yaşamak için yapan, para kazanan veya daha amatör yollarla daha çok zaman geçiren bireyler veya takımlar halinde yarışan ama aynı zamanda seyahat etme anlamında turist kabul edilenlerdir.
	Spor turizmi alanında diğer bir kategoride rekabetçi etkinliklerde görev yapan veya sporun bir parçası olanlar; eğitmenler, antrenörler, monitörler, spor psikologları ve sağlık personelleridir. Ayrıca muhabir, yorumcu, fotoğrafçı, kamera operatörü ve ses teknisyeni gibi medya temsilcileridir. Diğer taraftan para ödeyen veya ödemeyen izleyiciler, hayranlar veya taraftarlar, ortaklar, arkadaşlar ve ailelerdir.
	Seyahatleri genellikle ciddi eğlence sporlarına, açık veya kapalı sağlık ve fitness aktivitelerine odaklananlar; golf, kayak, yürüyüş, bisiklete binme, kano, tırmanma veya benzeri tatillere dahil olanlar veya bazen bulundukları ortamda istediği aktivitelere ulaşamayacakları tesisleri kullananlar ve spor alanlarında kişisel yenilenme arayışında olanlardır.

Hinch ve Higham (2001) ise spor turizmini, “sporun benzersiz kuralları, fiziksel yeteneklerle ilgili rekabet ve eğlenceli bir doğa ile karakterize edildiği sınırlı bir süre için ev ortamından spora dayalı seyahat.” olarak tanımlar. Ayrıca sporu, fiziksel aktiviteden daha fazlası olarak görürken rekabeti, sporun tanımlayıcı bir özelliği olarak öne çıkarmaktadır.

Diğer taraftan Hinch ve Higham (2003, s. 25), spor turizminin üç ayrı çekicilik kategorisinden biri olabileceğini öne sürmektedir. “İlgi Çekici Yer” kategorisinin açıklaması Çizelge 1.3’te yer almaktadır.

Çizelge 1. 3. Hinch ve Higham’ın İlgi Çekici Yer Kategorisi

1	Birincil İlgi Çekici Yerler	Ziyaretçilerin seyahat etme kararını etkileyebilir. Örneğin, birincil cazibe olarak etkinlik katılımcıları öncelikle etkinlik için bir destinasyonu ziyaret eder.
2	İkincil İlgi Çekici Yerler	Normalde potansiyel ziyaretçiler tarafından ziyaretlerinden önce bilinirler ve bu nedenle seyahat programlarıyla ilgili herhangi bir kararda kritik bir rol oynayabilirler. Bu durumlarda yolcular, varış noktasına varmadan önce spor faaliyetleri veya spor etkinlikleri hakkında bilgi sahibi olurlar ancak insan yapımı, doğal veya kültürel çekiciliklere odaklanabilirler.
3	Üçüncül İlgi Çekici Yerler	Gezginler tarafından ziyaretlerinden önce bilinmezler ancak varış noktalarına ulaştıklarında bir eğlence veya aktivite merkezine dahil olabilirler. Gezginler, ziyaretlerinden önce bir spor turizmi cazibesinin farkında olmasalar da destinasyona vardıklarında etkinlik hakkında bilgi sahibi olabilirler ve etkinliğe katılmak isteyebilirler.

Gozalova ve ark. (2014) göre spor, resmi veya gayri resmi, rekabetçi veya eğlence, aktif veya pasif olsun, bir tür faaliyeti içeriyor olarak görülebilir. Ayrıca spor, insanları rakip ve/veya katılımcı olarak da içerir. Pasif katılımcılar seyirci, aktif katılımcılar ise rakiptir. Benzer şekilde turizm, seyahat eden ve/veya ev sahibi olarak insanları içerir. Bir turistin diğer gezginlerle karşılaşmadan bir seyahati tamamlaması nadirdir. Turizm ayrıca turistin olağan çevresinin dışındaki yerleri ziyaret etmeyi de içerir. Elbette bir seyahat unsuru vardır ancak bu ya alışılmadık bir yere varmakla bağlantılı araçsal bir faktördür ya da yolculuk alışılmadık yerlerde veya bu yerlerden geçerek gerçekleşir.

Bir etkinlik destinasyonunun ziyaretçilerini bir etkinliğe getiren ve kalış sürelerini gerçek etkinliğin süresinin ötesine uzatmak için çeken cazibe merkezleri olduğuna işaret eden Chalip ve Leyns (2002), spor ziyaretçisinin veya turist kalış süresinin uzatılması, spor etkinliğinden önce veya sonra alternatif cazibe merkezlerinin ziyaret edilmesiyle sağlanabileceğine vurgu yapmaktadır. Birçok spor izleyicisi, sporun kendisinde aktif olarak yer almasalar da kendilerini pasif katılımcılardan çok daha fazlası olarak görmektedir. Bu tür seyirciler, aktif katılımcılarla etkileşim içinde olduklarını hissederler. Bu durumun, sporu katılımcılar aracılığıyla deneyimlemek olarak tanımlanabileceğini vurgulayan Gozalova ve ark. (2014) ise spor turizmi çekiciliklerini, turistlere sporla ilgili görülecek ve yapılacak şeyler sağlayan destinasyonlar olduğunu ileri sürmektedir. İlgi çekici yerler doğal (parklar, dağlar, vahşi yaşam) veya insan yapımı (müzeler, stadyumlar, mağazalar) olabilir. Spor turizminin bu temel alanında temsil edilen genel özellikleri aşağıda yer almaktadır. Bunlar:

- Stadyumlar ve arenalar gibi genellikle spor etkinliklerine ev sahipliği yapan teknolojik spor tesisleri ve/veya benzersiz spor tesisleri;
- Spor mirasına ve spor kahramanlarını ve liderlerini onurlandırmaya adanmış spor müzeleri ve salon/şöhret duvarları;
- Su parkları, yaz kayak alanları, bungee jumping dahil spor tema parkları;
- Doğayı keşfetmek için geliştirilmiş yürüyüş parkurları;
- Spor perakende mağazalarıdır.

Weed ve Bull (2004, s. 37) ise spor turizmini “aktivite, insan ve yerin benzersiz etkileşiminden doğar” şeklinde ifade etmektedir. “Spor Turizmi Kategorileri” ise Weed ve Bull (2004)’dan (123-132) uyarlanarak Çizelge 1.4’te yer verilmiştir.

Çizelge 1. 4. Weed ve Bull’un Spor Turizmi Kategorileri

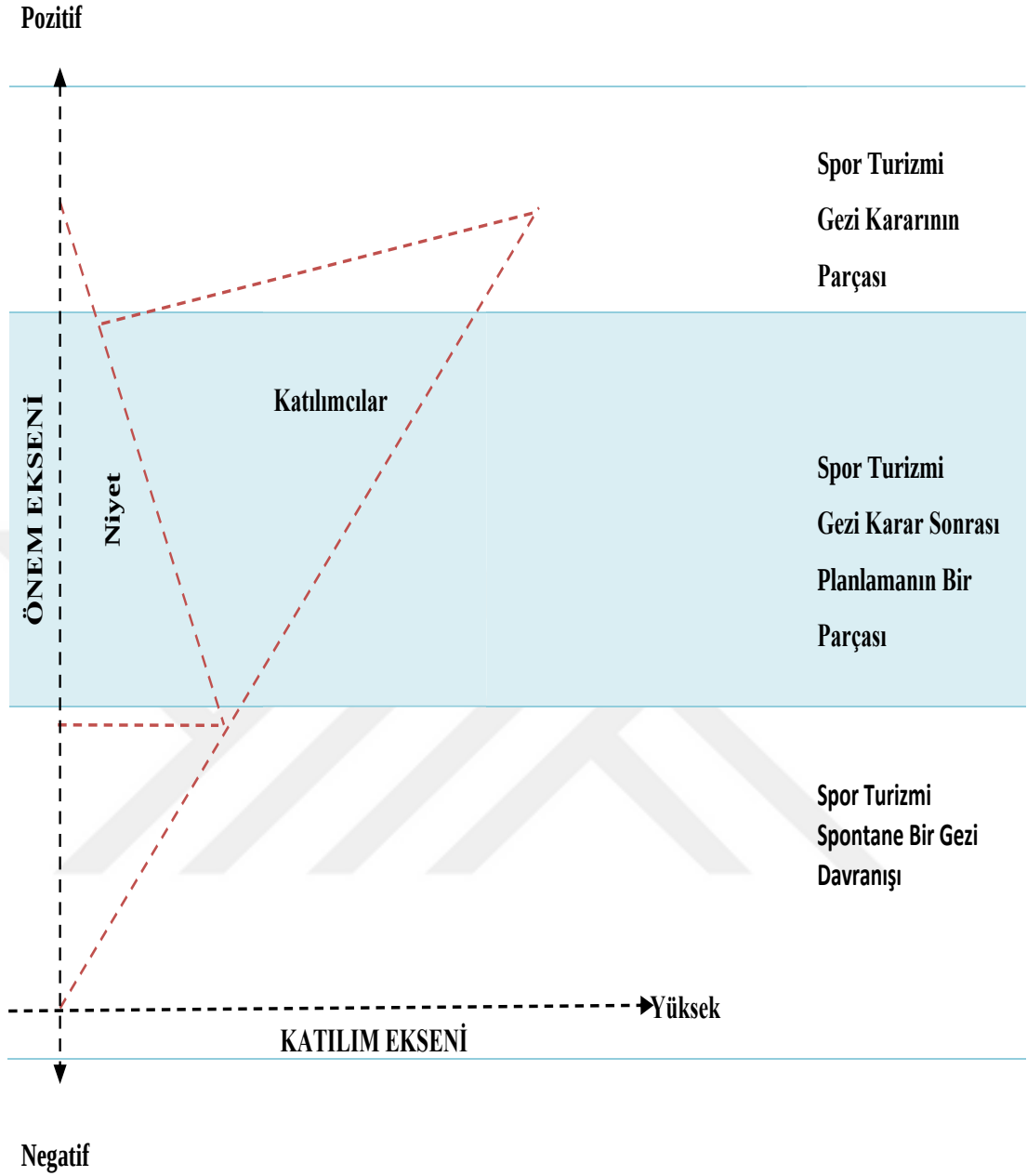
No	Kategori	Tanımlama
1	Spor İçerikli Turizm	Bu bağlamda spor, seyahat etmenin birincil odak noktası ve amacı değildir. Bu durumda turizm, sporu seyahat için birincil odaktan ziyade tesadüfi bir aktivite olarak ele alır ve bu durum üçüncül bir cazibe olarak kabul edilebilir.
2	Spora Katılım Turizmi	Spor katılım turizmi, spor tatillerini ifade eder ve çok sporlu veya tek sporlu katılım turizminin geri kalanını içerir. Bu durumda spor turizmi birincil cazibe olacaktır.
3	Spor Eğitimine Katılım	Birincil amacın spor eğitimi veya bir tür eğitim olduğu spor eğitim gezileri, özel ve kamu sektörü tarafından düzenlenebilir. Kamu sektörleri genellikle elit sporcular için olacaktır. Spor eğitimi, yeni başlayanlar için bir hafta sonu eğitim kursundan bir spor branşını öğrenmek için dahil olunan elit bir eğitim kampına kadar değişebilir. Bu aynı zamanda birincil çekicilik olarak da kabul edilebilir.
4	Spor Etkinliklerine Katılım	Bunlar spor turistleri için en yaygın spor aktiviteleridir. Özel / Kamu sektörü tarafından veya ikisinin ortaklığıyla yapılabileceğini ve çoğu durumda spor organizasyonlarına dahil olduğunu iddia etmektedir. Bu hem üçüncül bir çekim hem de birincil çekim olarak kabul edilebilir.

Çizelge 1.4’te gösterildiği gibi, bu kategoriler birbirine neredeyse aynı aidiyet ve etkilere sahiptir. Daha önce de belirtildiği gibi, spor içerikli turizm ve spor etkinlikleri üçüncül çekicilikler olarak kabul edilebilir; ancak spora katılım turizmi, spor eğitimi ve ayrıca spor etkinlikleri birincil çekicilik olarak da kabul edilebilir.

Weed (2006) göre spor turizmine yönelik seyahate çıkma kararında destinasyon seçimi belirleyici veya katkı sağlayan bir faktör olabilir. Ayrıca seyahat kararı ve destinasyon seçimi yapıldıktan sonra gerçekleşen gezi planlamasında da bir faktör olabileceği gibi kendiliğinden gelişen bir yolculuk davranışı da olabilir.

Weed (2006) tarafından ileri sürülen “Spor Turizmine Katılım Modeli” Şekil 1.3’te yer almaktadır.

- Modelde; yatay eksen katılım düzeyleri artarken, dikey eksen bireylerin spor turizmi gezisine verdikleri önemin miktarını göstermektedir.
- Model, ölçeğin soluna doğru bir seyahate verilen önem düzeyinin nispeten yüksek düzeyden, az önemliliğe ve hatta olumsuz öneme kadar değişebileceğini göstermektedir.
- Ölçeğin sağında ise hem önem hem de katılım yüksektir. Bu, boyutu her bir seviyedeki spor turistlerinin sayısına karşılık gelen bir katılım 'uçgeni' yaratır.
- Bununla birlikte bu ölçeğin sağındakiler, ölçeğin solundakilere göre katılımcı başına çok daha yüksek bir etkinlik düzeyi üreteceğinden, etkinlik düzeylerinden ziyade katılımcı sayılarına atıfta bulunmaktadır.



Şekil 1. 3. Weed'in Spor Turizmine Katılım Modeli

Spor turizmi, “spor kültürünü deneyimlemek için belirli destinasyonlara yönelik profesyonel olmayan geçici yolculukların gerçekleştirilmesi için gerekli bir dizi hizmete odaklanan insan deneyimini” olarak yorumlayan Pigeassou (2004) göre çağdaş toplumlarda turizm ve sporu ilişkilendiren sosyal uygulamaların dört kategori etrafında örgütleneceğini ileri sürmektedir. Bu kategoriler Çizelge 1.5’te yer almaktadır.

Çizelge 1.5. Pigeassou’un Turizm ve Spor Sosyal Uygulamalar Kategorisi

1	Fiziksel ve/veya Spor Aktivitelerinin Uygulanması	Bu davranış, deneyim yaratan hareketliliği içeren katılımı belirler ancak bu deneyim fiziksel aktivite ile sınırlı değildir. Fiziksel aktivite, deneyim başlatıcısı ve aracıdır. Kuzey Amerika literatüründe bu davranış, diğer spor turizmi biçimlerinin aksine aktif spor turizmi olarak adlandırılır.
2	Spor Odaklı Bir Etkinlik veya Sergiye Katılım	Bu davranış, bir etkinliğe (yarışma, sergi, turnuva, gösteri) katılımı bağlantılıdır. Burada, duruma duyuşsal ve duyuşsal yaklaşımlar esastır.
3	Tarihi ve Çağdaş Spor Kültürü Bilgisi ve/veya Anılması	Bu davranış, spor kültürüne daha bilişsel bir yaklaşımla karakterize edilir. Bu perspektifte estetik, anma, ibadet, kültürel zenginleştirme, bir tarih duygusu geliştirmek ve entelektüel bir merak veya tutkuyu harekete geçirmeyi besler.
4	Spor Yönetimine Etkisi	Bu davranış, bir spor kulübü veya spor dünyasındaki bir olgu ile karakterize edilir. İnsanlar spor yönetiminden veya eğitiminden sorumlu olduğunda turist olarak seyahat etme olasılıkları çoktur. Bunlar; yarışma için ekip personeli, yetkililerle toplantı, eğitim atölyesi ve eğlenceli aktivitelerdir.

Çizelge 1.5’te Pigeassou (2004) göre destinasyon, spor kültürünün bir sonucu olarak davranışların gerçekleştiği yerdir. Spor kültürü deneyimi ise çok çeşitli ve evrimseldir. Bu yönüyle spor kültürü deneyimi destinasyon seçimini etkiler. Tatillerde ve spor turizminde sporu ayrıştırmak esastır. Bir durumda spor pratiği, tatillerde yapılabilecek herhangi bir aktiviteye benzetilir. Diğer durumda, spor kültürünü deneyimleme arzusu turist aktivitesini yönlendirir.

Spor ve turizme yönelik artan akademik araştırmaların yanı sıra sporla ilgili turistik faaliyetlerin en göze çarpan iki yönü arasındaki karşılıklı ilişkilere artan bir ilgi olduğu söylenebilir. Spor turizmi, pasif olarak dahil olunan; spor etkinlikleri,

olimpiyatlar ve spor müzelerinin ziyaret edilmesi gibi bir spor hareketliliğine veya aktif olarak dahil olunan; tüplü dalış, yamaç paraşütü, bisiklete turu, golf, kayak gibi bir spor organizasyonuna katılmak için yapılan seyahatleri ve seyahat için spora özgü baskın aktiviteleri veya neden olduğu durumları içerdiği görülmektedir.

1.3. Spor Turizminin Etkileri

Spor turizmi, temelde spor içeren turizm faaliyetlerini tanımlar ve hem spor hem de turizmin doğal olarak birleşimidir. Diğer taraftan spor turizmi, 21. yüzyıla ülkelerin sosyo-ekonomik gelişimi üzerinde derin bir etkisi olan, ekonominin nispeten yeni ama istikrarlı şekilde büyüyen bir parçası olarak girmiştir (Gozalova ve ark., 2014). Sporun küresel olarak milyarlarca dolarlık bir endüstri ve milyonlarca yaşamda baskın ve belirleyici bir güç olduğu söylenebilir. Ayrıca sosyo-ekonomik katkısı ve önemi açısından genel turizm endüstrisi ile küresel ekonomiye büyük katkıda bulunur. Hükümetler ve işletmeler, mega spor etkinliklerinin sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel, uluslararası ilişkiler, tanıtım, sağlık ve çevresel etkileriyle yakından ilgilenmektedir (Huggins, 2013).

2000’li yılların başından beri başka bir kültürü deneyimlemek amacıyla uluslararası turizmde artışlar olduğu görülmektedir. Turizmin ekonomik etkisinin her zaman olumlu, sosyal ve çevresel etkisinin ise her zaman olumsuz olduğu konusunda yaygın bir kanı vardır. Gerçekten de sayısız ev sahibi-turist çatışması, çevrenin ve yerel kültürlerin tahribatı görülebilirken turizmden kaynaklanan bölgesel gelirlerdeki artışlar da kolaylıkla tespit edilebilir. Bununla birlikte, kültürleri ve doğal çevrelerini paylaşmak ile korumak çelişkili hedefler olarak görülebildiğinden turizm, topluluklarda yaşayanlar için hem olumlu hem de olumsuz sonuçlara sahip olabilir (Gozalova ve ark., 2014).

Diğer taraftan turizm, daha çok yüksek düzeyde tesis ve katılımı artırma çabalarında spor dünyasına yardımcı olabilir. Turistik alanlardaki spor tesisleri, yoğun olmayan dönemlerde veya yıl boyunca bir üyelik sistemi aracılığıyla yerel

halka açılabilir. Ayrıca turizm pazarı yerel sporların sürdürülmesine yardımcı olabilir. Turistlerin yaşadığı bölgede bulunmayan eğitim alanları ve tesislere erişim yoluyla spora katılım sağlanabilir. Bu nedenle, her iki alanda da politika yapıcılara yönelik daha fazla iş birliğini çekici kılmak için spor ve turizmi ilişkilendirmek bağlamında yeterince karşılıklı avantajlar olduğu görülmektedir (Weed ve Bull, 1997).

Turistlerin, bu tür etkinliklere katılımının sadece spor değil kültürel bir boyutu da vardır. Turistlere, etkinliğin yapıldığı bölge ve ülkenin tarihini aynı zamanda insanları ve kültürel geleneklerini keşfetme fırsatına sağlar. Diğer taraftan bu durum, etkinliğin niteliğine göre turistik destinasyonun, ürünün veya hizmetin imajını olumlu veya olumsuz da etkileyebilir (Pop ve ark., 2016). Her destinasyonun kendine özgü özellikleri ve spor turizmi faaliyeti nedeniyle sayısız olası etkiyi tam olarak belgelemek mümkün değildir. Yine de bazı bölgelerin neden diğerlerinden farklı şekilde etkilendiğini ve bu etkilerin bazı topluluklar ve alt grupları arasında neden farklı algılandığını anlamak önemlidir (Fredline, 2005).

Destinasyonların spor turizmi etkinliklerine ev sahipliği yapması, genellikle yerleşik nüfus arasında bir gurur ve kendini gerçekleştirme duygusuyla ilişkilendirilir. Spor turizmi aktivitesine ev sahipliği yapmanın gösterim etkisi, yerel topluluk arasında spor aktivitesini teşvik etmek için önemli bir katkı sağlayabilir (Fredline, 2005). Olimpiyat Oyunları, farklı spor dalları için Dünya Kupaları ve Formula 1 gibi yerel, bölgesel ve küresel öneme sahip spor etkinlikleri, kentsel yaşamın bir parçasıdır. Bu tür etkinliklere ev sahipliği yapabilecek şehirler hem yerel hem de bölgesel ekonomik kalkınma ve kentlilerin yaşam standartlarının yükseltilmesi için giderek daha önemli hale gelmektedir. Bu şehirler, orta ve uzun vadede yararlandıkları altyapının yanı sıra spor etkinlikleri aracılığıyla dünyaya kendilerini tanıtmaya fırsatı olarak kullanma imkanını elde eder ve daha fazla turisti, kendilerini ziyaret etmeye yönlendirir (Pop ve ark., 2016). Ayrıca artan kültürel kimlik ve sosyal etkileşim olanakları da spor turizmi uygulamalarının olumlu etkileridir (Hritz ve Ross, 2010).

Diğer taraftan kültürlerarası etkileşim, özellikle uluslararası spor örgütlerinin rekabet ettiği ve milliyetçi duyguların güçlü olduğu durumlarda bireyler veya topluluğun alt gruplarını etkileyebilir. Özellikle çevreleri üzerinde bir kontrol kaybı olduğunda ve turizmin olumlu etkilerinin yöneltileme biçiminde bir adaletsizlik algıladıklarında olumsuz olarak etki gösterebilir (Fredline, 2005). Bu yönüyle spor turizmi faaliyetlerinin mevcut sosyal sorunları iyileştirmek yerine daha da zorlaştırdığı görülebilir. Bu nedenle, spor turizmi ile ilgili bölgesel fayda ve maliyetler ile risklerin, faaliyetin geliştirilmekte olduğu bölgeye özgü olması gerektiğini vurgulamak önemlidir (Cubizolles, 2015).

Spor etkinliklerinin faydaları arasında sosyal ve beşeri sermaye ile şehir iyileştirmeleri sayılabilir (Clark ve Misener, 2015). Çevresel açıdan ise büyük ölçekli spor etkinlikleri, yeni spor alanlarının geliştirilmesini teşvik etme eğilimindedir ve bunların uzun vadeli faydaları, yerel halkın yararına ne ölçüde etkin bir şekilde kullanılabildiğine bağlıdır (Fredline, 2005). Buna ek olarak, bu faaliyetlerin çevresel faydaları üzerine farkındalık yaratmak, koruma etliği yerleştirmek ve koruyucu önlemleri artırmak yer almaktadır (Gallagher ve ark., 2015). Diğer taraftan faaliyete ev sahipliği yapan bölgenin, çevresel ve fiziksel değişimini özellikle turizme bağlamak oldukça zor olabilir ancak bir bölgenin nüfusunu geçici olarak artıran herhangi bir faaliyetin, özellikle büyük ölçekli bir spor etkinliği olma durumunda, yollar ve toplu taşıma gibi mevcut altyapı üzerinde artan baskı oluşturmaları muhtemeldir. Bu durum istenmeyen gürültü seviyelerine ve çevre kirliliğine de sebep olabilir (Fredline, 2005).

Spor etkinliklerinin hem somut hem de soyut etkileri vardır. Ziyaretçileri turizm destinasyonlarına çekerler, turizm destinasyonlarına maruz bırakırlar ve yerel ekonomileri desteklerler (Arnegger ve Herz, 2016). Bu nedenle spor etkinlikleri, ekonomik açıdan destinasyonun gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bir spor etkinliği genellikle ekonomik faydalar sağlarken aynı zamanda turizm destinasyonu üzerinde önemli sosyo-kültürel ve çevresel etkilere sahiptir (Wang ve ark., 2012). Diğer taraftan ana akım yönetim teorilerinin çoğu spor etkinlik turizminin işleyişi için geçerli olsa da etkinlik için işgücünün genişleyen ve daralan doğası, yöneticiler

üzerinde baskı ve kısıtlamalar da yaratabilir (Deery ve Jago, 2005). Spor turizmin algılanan faydaları, özellikle ekonomik etkileri göz önüne alındığında hem kamu hem de özel sektör kuruluşları tarafından birçok destinasyonda teşvik edilmeye devam etmesi muhtemeldir (Fredline, 2005).

Bu bağlamda Collins ve Jackson (1999), spor turizminin olumlu ve olumsuz muhtemel etkilerini vurgulamaktadır. Çizelge 1.6’da Collins ve Jackson (1999)’dan uyarlanan “Spor Turizminin Muhtemel Etkileri” yer almaktadır.

Çizelge 1. 6. Collins ve Jackson’ın Spor Turizmi Muhtemel Etkileri

Olumlu Etkileri	Olumsuz Etkileri
Spor turizmine yönelik yapılacak yatırımlar kırsal ekonomileri güçlendirebilir.	Geleneksel toplulukları aşındırabilir ve yerel ekonominin dengesini olumsuz etkileyebilir.
Yerel halk, kültürlerini tanıtmak için bir araya geldikçe ulusal mirası, kimliği ve topluluk ruhunu güçlendirebilir.	Kültürel kimlik ve mirasın kaybına sebep olabilir.
Yabancı insanları ve kültürlerini tanımaları için yerel halka fayda sağlayabilir.	Turizme uyum sağlamak için kültürel deneyimlerde değişikliklere sebep olabilir.
Altyapıyı ve doğal çevreyi geliştirmek için bir teşvik olabilir.	Etkinliklerde oluşan kalabalık düzensizliğe yol açabilir
Ulusların spor turizmi faaliyetinden dışlanması, iç reform için bir teşvik olabilir.	Aşırı şiddet, spor turizmi ile ilişkili olabilir.
Kültürel geleneklerin yenilenmesini ve korunmasını teşvik edebilir.	Ev sahibi toplum ve ziyaretçiler arasında gerginliğe sebep olabilir.

Sonuç olarak; Weed ve Bull (2004, s. 63) modern spor turizmini, “spor ve turizmin toplamından daha fazlası” olduğunu ileri sürmektedir. Spor turizmi yerel ve ulusal ekonomilere önemli bir katkı sağlamakta ve bu katkıyı daha da geliştirmek için önemli bir potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür. Spor turizminin stratejik ve operasyonel yönetimi, bu sektörün ilerlemesi için önemlidir. İlk etapta

hükümetlerin, makro düzeyde spor etkinlikleriyle ilgili olarak koordine edici bir rol oynaması çok önemlidir (Deery ve Jago, 2005). Weed ve Bull (1997), hükümetlerin politik hedefleri açısından; odak noktası, sosyal refah hedefleri arasında olan spor ile odak noktası, ekonomi hedefleriyle ilgili olan turizm arasında bir gerilim olduğunu öne sürmektedir. Bununla birlikte spor turizmiyle ilgili büyük bir sorun, turizm ve spor gibi birbirinden tamamen ayrı iki alanın gerçekten birleşmesi ve her alanın genellikle ayrı bir kurumsal yapı tarafından yönetilmesidir. Bu durum tek bir kuruluşun spor turizmi için genel sorumluluğu üstlenmediği ve sonuç olarak genellikle varsayılan olarak ilerlediği anlamına gelmektedir (Deery ve Jago, 2005). Faydanın en üst düzeye çıkarılması için sosyal ve ekonomik politika alanları ile endüstri arasında daha iyi bir entegrasyon önem arz etmektedir. Ancak ulusal, bölgesel ve yerel düzeylerde spor ve turizm organları arasında hala bir koordinasyon eksikliği görülmektedir. Bunun nedeni spor organizatörlerinin rolünün kısmen turizmi değil, sporlarını tanıtmak ve geliştirmek olmasıdır. Benzer şekilde, turizm acenteleri ve endüstrisi ise genellikle sporu destinasyon çekiciliğine önemli bir katkı ve turistik ziyaret için önemli bir neden olarak göz ardı etmesidir (Ritchie ve Adair, 2004).

Weed ve Bull (1997) göre politika, belirli kararlar ile bunlara ulaşmanın bir yolu olarak belirli hedeflerin seçilmesiyle ilgilidir. Alternatif olarak hükümetlerin politikası, toplumun içinde faaliyet göstermesi gereken çerçeve olarak görülmektedir. Diğer taraftan spor turizmi sektörü, birçok özel kuruluş ve devlet kurumundan oluşmaktadır. Gerçekten de bu farklı yapıların bütünsel olarak yönetilememesi nedeniyle “piyasa başarısızlığı” olduğu görülmektedir. Bu yüzden merkezi hükümet, spor turizmi sektöründe daha önemli bir rol oynama eğilimindedir. Dolayısıyla sektöre yön verebilecek büyük bir organizasyonel yapı olmadığı için stratejik bir plan daha da önemli bir rol üstlenmektedir. Stratejik planlamanın bileşenleri, belirli zaman dilimlerinin geliştirilmesini ve kaynakların, planın çeşitli unsurlarına ayrıntılı olarak tahsis edilmesini ayrıca planın iletilmesi için kanalların kurulmasını içerir. Ancak önemli olan unsur, planlamanın koordinasyonu ve planın uygulanmasıdır (Deery ve Jago, 2005).

Nihayetinde spor ve turizm; sosyo-ekonomik, kültürel ve siyasal alanda önemini giderek artırmaktadır. Organize edilen etkinlikleri ve bu etkinliklerin ekonomik girdileri açısından değerlendirildiğinde gelişmiş ülkelerin ekonomilerinde önemli bir yer tutmaktadır. (Pop ve ark., 2016). Ayrıca, insanların spor etkinliklerine aktif veya pasif olarak katılımlarının arttığı, spor ile ilgili seyahatlerin her yaştan insanı turizmin önemli bir parçası haline getirdiği görülmektedir (Zauhar, 2004).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü verilerine göre; uluslararası seyahat ve turizm gelirlerinin %10'unun spor turizminden kaynaklandığı, bazı destinasyonlarda ise spor turizminin, turizm sektörü içindeki payının %25 civarında olduğu anlaşılmaktadır. Diğer taraftan dünyada küresel turizmin yıllık büyüme oranı %4-5 seviyelerinde seyrederken, spor turizminin yıllık büyüme oranı yaklaşık %14 civarındadır (Unwto, 2016). Türkiye Seyehat Acentaları Birliği'nin spor turizmi raporuna göre turizm sektörü, 2014 yılı itibariyle 1,2 trilyon dolar civarında bir rakama ulaşmıştır. Spor turizminin, turizm sektöründen aldığı pay ise 180 milyar dolar düzeyindedir. Mevsimsellik açısından değerlendirildiğinde sezonun genişlemesine aracı olan spor turizminin, Türkiye'deki seviyesi 1 milyar dolara yaklaşmıştır. Spor turizmine katılanların kişi başı ortalama harcama miktarı ise 2 bin dolar civarındadır (Türsab, 2016).

Bu çerçevede, spor turizminin sürdürülebilir kalkınma için önemli bir itici güç olduğu söylenebilir. Ayrıca ülkeler, uluslararası piyasada kazanımlar sağlamaya yönelik kalkınma planları oluşturmakta ve uygulamaktadır. Türkiye'de spor ve turizm alanında yapılan gelişmeleri incelemek adına ülke politikalarını planlı dönem öncesi ve planlı dönem sonrası olmak üzere iki dönemde incelemek mümkündür. Ancak, özellikle planlı dönem olarak adlandırılan 1960 yılından günümüze on bir tane "Beş Yıllık Kalkınma Planı" uygulanmaya konulmuş ayrıca spor ve turizme ilişkin önemli politikalara yer verilmiştir. Bu politikalar arasında spor turizmine yönelik; "kış, av ve su sporları turizminin yanı sıra gelir getirici golf turizmine yönelik politikalar yer alırken, turizm amaçlı sportif faaliyetlerin artırılması ve yaygınlaştırılması için gerekli altyapı ve tanıtım faaliyetlerine önem verileceğine

değinilmiş ayrıca bu alanda istihdam edilecek spor elamanlarının yetiştirilmesi konusunda programlar uygulanacağına” vurgu yapılmıştır.

Ayrıca çeşitli dönemlerde çalıştaylar düzenlenmiş ve spor turizminin gelişimine yönelik yol haritası belirlenmeye çalışılmıştır. Bunlar arasında ise; Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü döneminde düzenlenen; paydaş katılımı ile spor turizmi hareketini geliştirmek amacıyla “Ortak Akıl Platformu Çalıştayı” (Sunay, 2021) ve Gençlik ve Spor Bakanlığı döneminde düzenlenen; “Türkiye Spor Turizmi Stratejisi” ile spor turizmi yol haritasının oluşturulması amacıyla “Spor Turizmi Çalıştayı” dikkat çekmektedir.

11. Kalkınma Planında (2019-2023) ise spor politikaları arasında “spor turizmi” kavramına yer verilmiş ve çeşitli politikalar ileri sürülmüştür. Bunlar:

- “Spor turizminin uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak üzere bölge potansiyelini ve rekabet gücü yüksek spor branşlarını dikkate alan Türkiye Spor Turizmi Stratejisi hazırlanarak ülkemizin dünya spor turizmi pazarından alacağı pay artırılacaktır.”
- “Spor turizmine elverişli bölgelerin ve alanların tespiti ve değerlendirilmesi için kapsamlı bir envanter analiz çalışması hazırlanarak spor turizmi yol haritası oluşturulacaktır.”
- “Geleneksel spor dallarının uluslararası düzeyde tanıtımının yapılması ve Türkiye’nin spor organizasyonlarına ev sahipliği yapması suretiyle spor turizminin gelişmesi sağlanacaktır.” (Strateji ve Başkanlığı, 2019).

1.4. Amaç

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik politika ve öncelikleri araştırmaktır. Bu çerçevede aşağıda yer alan sorulara yanıtlar bulunmaya çalışılmıştır:

- Türkiye’de Spor turizminin geliştirilmesi sürecinde öncelikli olarak nasıl bir yol izlenmesi gerekir?
- Türkiye ve dünyada spor turizmi kavramı ve uygulamalarına ilişkin bakış açıları nelerdir?
- Spor turizminin geliştirilmesinde hangi kurum ve kuruluşların öncelikli olarak rolü vardır?
- Spor turizminin politika ve önceliklerinin geliştirilmesi uzun dönemde nasıl bir etki yaratacaktır?
- Spor turizminin politika ve önceliklerinin geliştirilmesinde engeller nelerdir?



2. GEREÇ VE YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, çalışma grubu, veri toplama araçları, veri toplama süreçleri, verilerin çözümlenmesi, araştırmanın geçerlik ve güvenirlik (inandırıcılık-aktarılabirlik-tutarlılık) boyutları ile araştırmacının rolüne ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

2.1. Araştırma Modeli

Felsefi ve bilimsel yaklaşımın getirdiği değişimler, sosyal bilimler alanındaki çalışmaları pozitivist değerlendirilen nicel araştırma türlerinin tersine daha yapısalcı ve yorumlayıcı bilim anlayışı çerçevesinde nitel araştırmalara yönelttiği söylenebilir. Bu yaklaşım doğrultusunda nitel araştırmalar, doğal ve kendi ortamında çoklu veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, anlam çerçevesinde yorumlandığı, araştırmacının araştırma merkezinde yer alarak süreç içerisinde ortaya çıkan örüntüler üzerinden tümevarım yaklaşımı çerçevesinde olay ve olguları derinlemesine betimleyerek geliştirildiği araştırmalar olarak ifade edilebilir (Creswell ve Creswell, 2017). Bireylerin veya grupların toplumda gelişen olay ve olgular üzerine anlam oluşturma çabalarına odaklanan nitel araştırmalar Simsek ve Yıldırım (2011, s. 39) göre olay ve olguların geliştikleri doğal ortamında gerçekçi ve bütüncül bir biçimde çeşitli veri toplama teknikleri kullanılarak ortaya çıkarılmasına yönelik sürecin izlendiği araştırmalardır. Bir diğer yaklaşıma göre nitel araştırmalar, gerçekliğin sosyal olarak inşa edildiği ve tek bir gerçekliğin aksine bir olayın birden çok gerçekliği olduğunu varsayar ayrıca araştırmacıların bilgiyi bulmadığını sadece onu ortaya çıkardığını ileri sürer (Merriam ve Tisdell, 2015, s. 36).

Nitel yöntemler arasında anlatı araştırması, kuram oluşturma, etnografi, durum çalışması ve fenomenoloji gibi birden çok araştırma yaklaşımı bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan fenomenoloji Rose ve ark. (1995) göre insanların belirli bir fenomen veya kavrama bakış açılarını, duygularını, algı ve anlayışlarını ifade etmelerini sağlayan olay, olgu ve kavramları nasıl deneyimlediklerini betimlemek için

kullanılan nitel bir araştırma yöntemidir. Öznel deneyimler üzerine odaklanan fenomenoloji yaklaşımı Patton (2014) göre “gerçeklik, onları deneyimleyen kişiler tarafından algılandıkları şekilde nesnelerden ve olaylardan oluşur” şeklinde açıklamaktadır. Creswell ve Creswell (2017, s. 77) ise fenomenoloji çalışmalarını “birkaç kişinin bir fenomen veya kavramla ilgili deneyimlerinin ortak anlamı” olarak tanımlamaktadır.

Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik politika ve önceliklerin belirlenmesini amaçlayan bu çalışmada, araştırma amacı çerçevesinde sorulara derinlemesine cevap bulabilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve fenomenoloji desenli yaklaşım benimsenmiştir.

2.2. Çalışma Grubu

Nitel araştırmalar genelleme ya da nesnel gerçeklik kaygısı yerine yorumlama, betimleme ve bir nevi gerçekliğin inşasını ön planda tutar ve temel amaç anlam örüntülerinin ortaya çıkarılmasıdır (Yıldırım ve Simsek, 2011, ss. 101-104). Bu çerçevede sayısal ifadelerin ön planda tutulmadığı nitel yaklaşımlarda araştırmanın katılımcıları belirlenirken veri toplama öncesinde ne kadar kişi ile görüşüleceği değil, araştırma doğrultusunda alınan cevapların tekrar etmeye başladığı noktada bilgi toplamayı bırakmak uygun bir yaklaşım olacaktır. Morse (1995) ise elde edilen bilgilerin belirlendiği örneklem grubunun, mevcut verinin doyuma ulaşması ya da yeni bilgi elde edilemediği anda son bulması gerektiğini ifade etmektedir. Bu doğrultuda amaçlı örnekleme, araştırmanın daha derin bir boyut kazanması için gerekli olan yoğun bilgi durumlarının seçilmesinde önem taşır ve yanıtları aranan sorulara ışık tutacak bilgi akışına odaklanır. Ölçüt amaçlı örnekleme Miles ve Huberman (2015, s. 28) göre araştırılmak istenen durumu en iyi aktarması beklenen kişileri araştırmaya dâhil etmek amacıyla, araştırma öncesinde belirlenmiş ölçütlere dayanan örnekleme yöntemi olarak tanımlanmaktadır.

Fenomenoloji araştırması, insanların olay, olgu ve kavramları nasıl algıladıkları, nasıl hatırladıkları, nasıl bir anlam yüklediklerinin yanı sıra bu fenomeni nasıl ifade ettikleri üzerinde yoğunlaşır. Bu bağlamda nitel verinin elde edilmesinde olay, olgu ve kavramları dolaylı olarak değil doğrudan deneyimleyen bireyler ile derinlemesine görüşmeler yapılması gereklidir (Seggie ve Bayyurt, 2015, ss. 70-82). Bu doğrultuda araştırmanın katılımcıları amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt amaçlı örnekleme ile belirlenmiştir. Ölçüt amaçlı örnekleme süreci kapsamında, araştırmaya dâhil olan katılımcılara yönelik belirlenen ölçütler ise;

- Gençlik ve Spor Bakanlığı ve Spor Federasyonlarında görev yapmanın yanı sıra araştırma konusu çerçevesinde çalışmalara katılmış uzman ya da üst düzey yönetici olmaları veya spor bilimleri alanında çalışma yapan akademisyen olmalarıdır.

Araştırma grubunun açıklanan ölçütler çerçevesinde belirlenmesinin ana sebebi ise spor politikalarına yön veren kurum ve kuruluşlarda görev yapmalarının yanı sıra uygulama alanlarında yer almaları ile alana özgü akademik deneyime sahip olmalarıdır. Bu gerekçe araştırma yaklaşımı ve deseni ile örtüşmekte ayrıca araştırma grubunun spor turizmi olgusunu daha yoğun deneyimlediği düşünülmektedir.

Araştırmaya katılanlar belirlenirken çeşitli kriterler de göz önüne alınmıştır. Bu kriterler çerçevesinde;

- Spor politikalarına yön veren kamu kurumu olarak Gençlik ve Spor Bakanlığında farklı unvanlarda görev yapanlar,
- Spor turizminin uygulama alanlarına yönelik saha çalışmalarında bulunan Spor Federasyonlarında farklı unvanlarda görev yapanlar,
- Spor turizmi ve politikalarını nesnel olarak ele alması ve değerlendirmesi beklenen akademisyenlerden farklı unvanlarda görev yapanlar,

- Spor turizminin uygulama alanlarına yönelik farklı spor branşında deneyimi olanlar yer almaktadır.

Literatürde geçen örneklem büyüklüklerine ilişkin ifadeler ve elde edilen veriler doğrultuda araştırmanın örneklem büyüklüğü, bireysel görüşmeler için; yirmi bir katılımcı (pilot görüşmeler üç kişi ve ana katılımcılar on sekiz kişi) belirlenmiştir.

Araştırmanın bir diğer aşaması olan odak grup görüşmeleri için katılımcılar belirlenirken nitelik ve nicelikleri literatüre bağlı kalınarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle araştırma çerçevesinde odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen odak grup görüşmesine; bir akademisyen, üç federasyon yöneticisi/temsalcisi ve iki bakanlık çalışanı olmak üzere altı kişi katılmıştır. Katılımcıların ölçütler doğrultusunda belirlenen üç farklı kurumsal yapıdan katıldığı görülmektedir.

Çizelge 2.1’de pilot görüşmelere, Çizelge 2.2’de bireysel görüşmelere ve Çizelge 2.3’te odak grup görüşmelerine katılanların demografik özellikleri (yaş, eğitim durumu, görev-unvan, çalışma yılı ve branş-uzmanlık) ayrıntılı olarak yer almaktadır.

Çizelge 2. 1. Pilot Görüşmelere Katılanların Demografik Özellikleri

<i>No</i>	<i>Katılımcı</i>	<i>Yaş</i>	<i>Eğitim Durumu</i>	<i>Görev-Unvan</i>	<i>Çalışma Yılı</i>	<i>Branş/Uzmanlık</i>
1	GSB	43	Lisans	İl Müdürü	16	Doğa Sporları
2	AKD	48	Yüksek Lisans	Öğretim Görevlisi	24	Halk Oyunları
3	AKD	44	Doktora	Öğretim Görevlisi	21	Fitness

Çizelge 2. 2. Bireysel Görüşmelere Katılanların Demografik Özellikleri

<i>No</i>	<i>Katılımcı</i>	<i>Yaş</i>	<i>Eğitim Durumu</i>	<i>Görev-Unvan</i>	<i>Çalışma Yılı</i>	<i>Branş Uzmanlık</i>
1	GSB 1	43	Yüksek Lisans	Daire Başkanı	16	Doğa Sporları
2	GSB 2	47	Yüksek Lisans	Gençlik ve Spor Uzmanı	17	Ekonomi
3	GSB 3	55	Lisans	Şube Müdürü	21	Atıcılık ve Avcılık
4	GSB 4	34	Yüksek Lisans	Spor Eğitim Uzmanı	4	Motor Sporları
5	GSB 5	42	Yüksek Lisans	Antrenör	11	Güreş
6	FED 1	46	Yüksek Lisans	Federasyon Yöneticisi	21	Triathlon
7	FED 2	44	Yüksek Lisans	Federasyon Temsilcisi	21	Su Topu
8	FED 3	49	Yüksek Lisans	Federasyon Yöneticisi	21	Futbol / Dağcılık
9	FED 4	39	Lisans	Federasyon Yöneticisi	15	Tenis
10	FED 5	49	Lisans	Federasyon Temsilcisi	21	Atletizm
11	FED 6	46	Yüksek Lisans	Federasyon Temsilcisi	21	Tenis
12	AKD 1	40	Doktora	Öğretim Üyesi	9	Spor Yönetimi / Dans Sporları
13	AKD 2	34	Doktora	Araştırma Görevlisi	9	Spor Yönetimi / Basketbol
14	AKD 3	54	Doktora	Öğretim Görevlisi	30	Beden Eğitimi ve Spor / Kayak
15	AKD 4	59	Doktora	Öğretim Üyesi	38	Spor Yönetimi / Bisiklet-Atletizm
16	AKD 5	49	Doktora	Öğretim Üyesi	14	Hareket ve Antrenman / Güreş
17	AKD 6	60	Doktora	Öğretim Üyesi	35	Spor Yönetimi / Voleybol
18	AKD 7	52	Doktora	Öğretim Üyesi	24	Spor Yönetimi / Oryantring

Çizelge 2. 3. Odak Grup Görüşmesine Katılanların Demografik Özellikleri

No	Katılımcı	Yaş	Eğitim Durumu	Görev-Unvan	Çalışma Yılı	Branş/Uzmanlık
1	AKD 7	52	Doktora	Öğretim Üyesi	24	Spor Yönetimi / Oryantring
2	GSB 4	34	Yüksek Lisans	Spor Eğitim Uzmanı	4	Motor Sporları
3	GSB 5	42	Yüksek Lisans	Antrenör	11	Güreş
4	FED 3	49	Yüksek Lisans	Federasyon Yöneticisi	21	Futbol / Dağcılık
5	FED 4	39	Lisans	Federasyon Yöneticisi	15	Tenis
6	FED 5	49	Lisans	Federasyon Temsilcisi	21	Atletizm

2.3. Veri Toplama Araçları

Nitel araştırmalarda veri oluşturma süreci genellikle gözlemler, görüşmeler, dokümanlar ve görsel-ışitsel araçlar kullanılarak elde edilmektedir. Fenomenoloji desenli yaklaşımlarda ise veri toplama süreci genellikle derinlemesine ve tekrar eden görüşmeler ile örnekleme temsil eden çoklu görüşmeler kullanılarak yapılmaktadır (Creswell ve Creswell, 2017, s. 159). Görüşme, temel olarak araştırmacı ve katılımcı arasında etkileşim ve iletişim bağı kuran bir süreçtir. Tutum, davranış ve bakış açısı doğrultusunda gerçekleşen görüşme yoluyla deneyimler elde edilmeye ve anlaşılmaya çalışılır (Giorgi, 1997, s. 245). Başlangıçta kolay gibi görünen görüşme tekniği Patton (2014) göre dinleme, duyarlılık, yoğunlaşma ve anlayış gibi hassasiyetleri içermektedir. Görüşme aşamasında amaç bilgi sunmak değil, deneyimi açığa çıkarmak ve bilgi edinmektir. Yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme teknikleri olsa da nitel yaklaşım ve fenomenoloji desenli araştırmalarda genellikle katılımcının konuyla ilgili yeni fikirleri sunmasına olanak sağlayan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmaktadır. Bu görüşmelerde kullanılan açık uçlu ve esnek sorular katılımcının deneyimleri doğrultusunda bakış

açısını ifade etmesine olanak sağlar (Merriam ve Tisdell, 2015, s. 88). Diğer taraftan araştırma problemi çerçevesinde hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme soruları, araştırma sürecinin işleyişine göre araştırmacıya da bir esneklik sağlamaktadır.

Araştırma sürecinde veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış “Görüşme Formu” (Ek-5) kullanılmıştır. Araştırma problemi çerçevesinde öncelikli olarak literatür taraması ve saha araştırması yapılarak genel soru havuzunun hazırlanmasının ardından uzman görüşü (akran görüşü, alan uzmanı görüşü ve tez izleme komitesi üyelerinin görüşleri) alınarak gerekli değişiklikler yapılmıştır. Başlangıçta zaman kaybı olarak görülse de araştırmanın ilerleyen bölümlerindeki kazanımları düşünüldüğünde pilot görüşmeler önem arz etmektedir. Bu bağlamda hazırlanan görüşme sorularının anlaşılabilirliğini ve kapsayıcılığını değerlendirmek amacıyla üç ön görüşme (pilot görüşme) yapılmıştır. Yapılan ön görüşmeler sonrasında bir sorunun anlaşılabilirliği gözden geçirilerek çıkarılmış ve görüşme formu son haline getirilmiştir. Farklı bakış açıları elde etmek ve veri çeşitlemesi sağlamak amacıyla yapılan odak grup görüşmeleri (çoklu görüşme) ise araştırma çerçevesinde yapılmıştır (Patton, 2014). Odak grup görüşmesi için hazırlanan sorular ise bireysel görüşmelerden elde edilen temalar çerçevesinde iki ana ve iki sondaj sorusu olmak üzere dört sorudan oluşturulmuştur.

2.4. Veri Toplama Süreçleri

Araştırma başlatılmadan önce verilerin elde edilmesi için gerekli olan yasal izinler; “Ankara Üniversitesi Etik Kurulu İzni” (Ek-1), “Gençlik ve Spor Bakanlığı Araştırma İzni” (Ek-2) ve “Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Kurul Onayı” (Ek-3) alınmıştır.

Nitel araştırmalarda araştırmacı ve araştırmaya katılan gönüllüler arasında karşılıklı bir güven oluşması oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Katılımcılar ile görüşmeler, kendilerini rahatça ifade edebilecekleri ortamda ve çalışma koşullarına bağlı olarak kendileri için en uygun zaman diliminde gerçekleştirebilmek

için önceden belirlenen gün, yer ve saatlerde yapılmıştır. Tüm görüşmeler araştırmacı tarafından araştırma sahasını oluşturan Gençlik ve Spor Bakanlığı, ilgili Spor Federasyonları ve Üniversiteler de gerçekleştirilmiştir.

Araştırma verileri, nitel araştırma yaklaşımı ve fenomenoloji desene uygun olarak hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formundan yararlanılarak 01.09.2021 / 27.01.2022 tarihleri arasında yirmi bir katılımcı ile yüz yüze görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Araştırmaya katılan gönüllülerden üçü ile iki defa, ikisi ile üç defa olmak üzere birden fazla görüşme yapılmıştır. Bu doğrultuda yapılan görüşmeler esnasında her katılımcıdan; araştırmanın içeriğini açıklayan, araştırmaya katılma kriterlerinin belirtildiği, araştırmanın ne kadar süreceği, görüşmelerin kayıt altına alınacağı ve elde edilecek verilerin yalnızca araştırma dahilinde kullanılacağını açıklayan bir “Aydınlatılmış Onam Formunu” (Ek-4) imzalamaları istenmiştir. Önceden bilgilendirilmiş onay formunun kullanılması sayesinde araştırmaya katılan gönüllülerin belirlenmesi sağlanırken araştırmanın herhangi bir yerinde katılımı sonlandırabilecekleri güvencesi de verilmiştir.

Görüşmeler ses kayıt cihazı aracılığıyla kaydedilmiş ve kayıtlarından elde edilen sesli veriler “Google Dokümanlar” aracılığıyla metne dönüştürülmüştür. Yüz elli dört sayfa ham metin elde edilmiş ve görüşme deşifreleri sonrasında analize hazır veri seti oluşturulmuştur. Her ne kadar araştırmaya katılanların çalışmış oldukları kurumları ilgilendiren sorular görüşme formunda yer almasa da katılımcılar tarafından talep edilmesi halinde görüşme metinleri teyit edilmiştir. Odak grup görüşmesi ise katılımcılar için en uygun olan zaman dilimi ve ilgili kamu kurumu tesisinde gerçekleştirilmiştir.

2.5. Verilerin Çözümlemesi

Nitel verilerin analizini Patton (2002), elde edilen verilerin bulgulara dönüştürülme aşaması olarak açıklamakta ve kesin bir yaklaşımın olmadığını, sadece veri analizine yön verebilecek öneriler olabileceğini belirtmiştir. Nitel araştırmada

veri analizi (Merriam ve Tisdell, 2015) göre araştırmaya katılanların neler ifade ettiğini ve araştırmacının neler algıladığını anlaşılır biçimde aktarma aşamasıdır. Nitel araştırmaların analizini Merriam ve Tisdell (2015), veri elde edilme süreciyle birlikte başladığını, saha araştırmasında toplanan verilere ilişkin araştırmacının düzenleme yapması gerekebileceğini ifade etmektedir. Nitel araştırmalarda veri analizi için Creswell ve Creswell (2017, ss. 182-195), araştırmacılar tarafından farklılıklar gösterebileceğini belirtmiş ayrıca analiz sürecini verilerin elde edilmesi, organizasyonunu, verilerin ön okuma işlemi, kodlanmasını, kodların bir araya getirilerek kategori ve temalara indirgenmesini ve verilerin şekiller, tablolar veya bir tartışma halinde sunulması gerektiğini açıklamaktadır. Nitel araştırmalarda veri analizinin araştırmacıya esneklik tanıdığını ifade eden (Yıldırım ve Simsek, 2011, s. 237), araştırmanın konusu ve araştırma için elde edilen verilerden hareketle araştırmacının var olan veri analiz yöntemlerini gözden geçirerek bir veri analiz yöntemi geliştirmesi gerektiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda nitel araştırmaların farklı özellikler barındırdığı göz önünde bulundurulduğunda elde edilen verilerin analizinde de farklılıklar olabileceğini söylemek mümkündür.

Bu doğrultuda araştırma sürecinde veri elde etme, analiz ve rapor yazımı birbiri ile bağlantılı ve genellikle eş zamanlı olarak yürütülmüştür. Görüşme formundaki sorular göz önüne alınarak veriler bir bütün olarak birçok kez okunmuş, ses kayıtları dinlenmiş ve araştırma notları alınmıştır. Veri analizi aşamasında hem betimsel hem de içerik analizinden yararlanılmıştır. Betimsel analizde önceden araştırma sorularıyla belirlenmiş temalar, elde edilen verilerin yorumlanmasında kullanılırken içerik analizinde betimsel analizin özetlediği veriler derinlemesine incelemelerle kavram ve ilişkileri ortaya koyar (Yıldırım ve Simsek, 2011, ss. 224-227). Bu doğrultuda araştırma sürecinde ilgili literatür, saha araştırmaları, akran ve uzman görüşleri doğrultusunda hazırlanan görüşme formunda yer alan sorular çerçevesinde öncelikli olarak temalar şekillendirilmiş ve betimsel analiz tercih edilmiştir. Daha sonra bireysel ve odak grup görüşmelerinden elde edilen verilerin içerik yönüyle incelenmesi gerçekleştirilmiştir. Kodların oluşturulmasından sonra anlamlı örüntüler oluşturacak şekilde kategoriler oluşturulmuş ve temalar ile ilişkilendirilmiştir.

Verilerin analizinde yardımcı araç olarak “MAXQDA 2022 Analytics Pro (Deneme Sürümü)” nitel ve karma yöntemler için veri analizi yazılımı kullanılması tercih edilmiştir. Bu ve benzeri yazılımlar Patton (2014) göre, “veri depolamayı, kodlamayı, geri almayı, karşılaştırmayı ve bağlamayı kolaylaştırır ancak analizi araştırmacı yapar”.

Araştırma verilerinin analizinde ve doğrudan alıntılarda etik kurallar dikkate alınmış ve araştırmaya katılanların deneyim ve kişisel görüşlerinin gizliliği sağlanmıştır.

2.6. Geçerlik ve Güvenirlik (İnandırıcılık – Aktarılabilirlik – Tutarlılık)

Bilimsel araştırmaların en önemli kriterlerinde biri olarak kabul edilen geçerlik ve güvenirlik çalışmaları, nicel araştırmalara göre farklılık gösterse de nitel araştırmalarda da önemli bir yer tutmaktadır. Nicel araştırma yöntemlerinde, araştırma sonuçlarının doğruluğunu ifade eden “geçerlik” ve araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliğini ifade ederken “güvenirlik” kavramları kullanıldığı görülürken Guba ve Lincoln (1982), inandırıcılık, özgünlük, aktarılabilirlik, tutarlılık ve onaylanabilirlik gibi kavramları nitel bir araştırmanın “geçerlik ve güvenirliliğini” sağlamak için kullanıldığını ileri sürmektedir. Nitel araştırmalarda “geçerlik” doğru bilgiye ulaşma konusunda gereken tedbirlerin alınması ile açıklanırken “güvenirlik” ise araştırma sürecinin açık ve ayrıntılı şekilde tanımlanması ile ifade edildiği görülmektedir (Yıldırım ve Simsek, 2011, ss. 284-285). Bu çerçevede nitel araştırma yaklaşımı ve fenomenoloji deseninin benimsendiği bu çalışmada, literatürde ifade edildiği gibi aktarılabilirlik, inandırıcılık ve tutarlık süreçlerine yer verilmiştir.

Nitel bir araştırmanın iç geçerliğini artırmada belki de en çok bilinen ve uygulanan strateji “üçgenleme” tekniğidir. Nitel araştırmalarda elde edilen verilerin geçerlik ve güvenirliliğinin teyit edilmesinde Patton (2014), “yöntem çeşitlemesi, veri kaynaklarının çeşitlendirilmesi, verilerin farklı araştırmacılar tarafından analiz edilmesi ve verilerin farklı kuramlarla analiz edilmesi” gibi veri çeşitlemesi

teknikleri kullanılmaktadır. Bu doğrultuda araştırma sürecinde, yöntem çeşitlemesine yönelik bireysel görüşmeler ve odak grup görüşmelerinin birlikte kullanılması ile bireysel görüşmelerde ortaya çıkan görüşlerin odak grup görüşmeleri ile desteklenmesi ve gözden geçirilmesi sağlanmıştır.

Araştırmacının önemli verilere ulaşmasında nitel araştırma yöntemleri çeşitli avantajlara sahiptir. Ancak bu süreçte araştırmacının toplanan verilerden farklı sonuçlara ulaşması da olasıdır. Bu durum bazı öznel varsayımlardan kaynaklanabilir ya da verilerin yanlış anlaşılmasından da meydana gelebilir. Her iki olasılıkta da veri kaynakları ile oluşturulacak bir doğrulama durumu, ulaşılan sonuçların gerçeği yansıtmada ne kadar yeterli olduğunu anlamak açısından yardımcı olabilir (Merriam ve Tisdell, 2015). Bu çerçevede bulguların kendi düşüncelerini doğru bir şekilde yansıtip yansıtmadığına (katılımcı teyidi/doğrulaması) yönelik beş katılımcı (tekrar görüşme talebi olan) ile görüşülmüş ve verilere ilişkin değerlendirmeleri gözden geçirilmiştir.

Araştırma konusuna genel olarak hakim ve nitel araştırma yöntemleri konusunda uzmanlaşmış bağımsız araştırmacılar tarafından yapılan araştırmayı çeşitli boyutlarıyla (bulgular, yorumlar ve sonuçların geri bildirimi gibi) incelemesinin istenmesi, “inanılabilirlik” konusunda alınabilecek tedbirlerden bir diğeridir (Creswell ve Creswell, 2017). Bu doğrultuda, araştırmanın tüm aşamaları tez izleme komitesi üyeleri dışında biri spor bilimleri alanında diğeri ise nitel araştırma yöntemleri üzerine uzmanlaşmış iki akademisyenin gözetimine sunulmuştur.

Nitel araştırmalarda genelleme, istatistiksel sonuçlar ile verilerin evreni temsil eden bir örneklemden toplandığının gösterilmesiyle sağlanır (Guba ve Lincoln, 1982). Nitel araştırmalar ise genelleme kaygısı taşımaz ve dış geçerliliğe yönelik önemli olan, araştırma sonuçlarının araştırma sahası ile benzerlik taşıyan ortamlarda benzer sonuçların ortaya çıkabileceği anlayışının oluşturulmasıdır. Bu durum, amaçlı örnekleme ve ayrıntılı betimleme tekniklerini “aktarılabiliirliğin” iki önemli yaklaşımı olarak ortaya koymaktadır (Yıldırım ve Simsek, 2011, ss. 270-271).

Aktarılabirlik çerçevesinde araştırmanın örneklem grubunu oluştururken ölçüt amaçlı örnekleme tekniğı kullanılmış ayrıca elde edilen verilerin ayrıntılı betimlenmesi sağlanmış ve doğrudan alıntı yöntemi tercih edilmiştir.

Guba ve Lincoln (1982) göre nicel araştırma yöntemlerinde aynı yöntemin aynı örnekleme uygulandığında aynı sonucun alınması anlamına gelen tekrar edilebilirliğı ön plana çıkaran ‘güvenirlik’ kavramı yerine nitel araştırma yönteminde “tutarlık” kavramını önermektedirler. Nitel araştırmalarda öne çıkan durum, elde edilen sonuçların toplanan verilerle ne kadar tutarlı olduğudur (Yıldırım ve Simsek, 2011, s. 272). Araştırma sürecinde veri üçgenlemesi ve uzman incelemesi adımları aynı zamanda araştırmada ortaya çıkan bulguların ve sonuçların tutarlılığına ilişkin de bir doğrulama sağlamakla birlikte tüm aşamalar gerek tez izleme komitesi üyeleri gerekse de bağımsız uzmanlar tarafından sürekli incelenmiştir. Bunun yanı sıra araştırmada elde edilen bulgular betimlemelerle desteklenmiş ayrıca yorumlanma aşaması bireysel ve odak grup görüşmelerinden elde edilen doğrudan alıntılarla desteklenmiştir. Bu bağlamda araştırmada inandırıcılık stratejileri içinde bu kavramlar sürekli olarak gözden geçirilmiş olup tutarlığa ilişkin olumlu bir yaklaşım sergilenmiştir.

2.7. Araştırmacının Rolü

Nitel araştırmalar bir dizi hassasiyeti beraberinde getirmektedir. Yaklaşımın yapısı gereğı öznel yani yorumlayıcı olması araştırmacıların etik, stratejik ve kişisel olarak belirli sorunlarla karşılaşılmasına sebep olmaktadır. Araştırmacı, önceden var olan düşünce ve inançlarının farkında olmalı ayrıca ön yargılarını, eğilimlerini ve varsayımlarını açıklamalıdır. Araştırmacının hassasiyeti, güvenilirliğı sağlamak açısından önemli bir yer tutmakta ayrıca okuyucu tarafından yorumlamalara nasıl ulaşabildiğinin algılanmasına ortam hazırlamaktadır (Kleiman, 2004).

Araştırmacı, spor hayatına 1995 yılı itibariyle Bursa Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü bünyesinde başlamıştır. Araştırmacı, spor bilimleri alanında lisans

eğitimini Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu spor yöneticiliği alanında tamamlamasının ardından Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü / Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimini tamamladı. Doktora eğitimine ise Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü / Spor Bilimleri Anabilim Dalında halen devam etmektedir. Araştırmacı, 2009 yılı itibariyle çalışma hayatına başlamış ve bu süreç içerisinde sırasıyla Bayburt Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Ankara Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü, Dağcılık Federasyonu, Spor Faaliyetleri Dairesi Başkanlığına bağlı Olimpik Sporlar ve Yüksek Performans Birimi, Hukuk Müşavirliği, Sağlık İşleri Daire Başkanlığı, Türkiye Olimpiyat Hazırlık Merkezi ve Ankara Gençlik ve Spor İl Müdürlüğüne bağlı Gençlik Merkezlerinde çalışma fırsatı bulmuş ve halen Ankara Gençlik ve Spor İl Müdürlüğüne bağlı Rehberlik ve Araştırma Biriminde çalışma hayatına devam etmektedir.

Araştırmacı, eğitim ve çalışma hayatı süreci içerisinde; 2005 İzmir Yaz Üniversite Oyunlarına ve 2006-2007 yıllarında ise Türkiye Ulusal Yetenek Seçimi Projesine gönüllü olarak katılma imkanı elde etmiş ayrıca 2011 Erzurum Kış Üniversite Oyunları ve 2012 Londra Olimpiyat Oyunları hazırlık süreçleri ile 2011 Trabzon Karadeniz Oyunları ve 2013 Mersin Akdeniz Oyunlarında aktif olarak görev yapmış ve Ulusal Spor Federasyonlarının Türkiye’de düzenlemiş olduğu çeşitli ulusal ve uluslararası organizasyonlarına katılma imkanı elde etmiştir.

Bu araştırmanın genel anlamda doktora tezi olarak belirlenmesi, 11. Kalkınma Planında ilk defa “Spor Turizmi” kavramına yer verilmesi sonrası mensubu bulunduğu ve “Sportif Eğitim Uzmanı” olarak yaklaşık on dört yıldır çalıştığı Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın “Spor Turizmi Çalıştayı” düzenlemesi etkili olmuştur. Araştırmacının yaklaşık 27 yıldır içerisinde aktif olarak bulunduğu ve deneyimlediği spor ve spor turizmi alanının, gelişimine yönelik çalışmalara katkı sağlama düşüncesinin yanı sıra yüksek lisans ve doktora düzeyinde aldığı dersler, meslektaş ve hocalarının yönlendirmeleri ile spor turizmi alanlarındaki okumaları araştırmayı şekillendirmiştir.

Araştırmacının spor alanından gelmesi, spor politikalarını şekillendiren kurum olarak Gençlik ve Spor Bakanlığı mensubu olması ve uygulamalara yönelik faaliyetlerde bulunan Spor Federasyonlarında daha önce çalışmasının yanı sıra Türkiye’de düzenlenen uluslararası organizasyonlara katılmış olması ayrıca spor turizmine yönelik kişisel katılımları itibariyle deneyimleri bu çalışmanın sürdürülmesi anlamında kolaylaştırıcı etkilere sebep olmuştur. Diğer taraftan, veri toplama sürecinde; Gençlik ve Spor Bakanlığından izin alınmış olmasına rağmen kimi st düzey yöneticilerin konumları itibariyle çalışmaya katılmaktan vazgeçmesi, özellikle Spor Federasyonlarında görevli katılımcıların, çalışma programlarının yoğun olması sebebiyle görüşme takvimini sürekli ertelemesi ile odak grup görüşmelerinin, bireysel görüşmelere göre uzun sürmesi ve katılımcılar için uygun bir yer ve zaman belirleme süreci çeşitli zorlukları beraberinde getirdiği söylenebilir.

3. BULGULAR

Bu bölümde spor turizmine ilişkin olarak araştırmacı tarafından katılımcılara yöneltilen sorular ve alınan yanıtlar doğrultusunda verilerin analizinden elde edilen bulgulara yer verilmiş ve yorumlanmıştır.

3.1. Spor Turizmine İlişkin Nitel Bulgular

Araştırmaya katılanların görüşleri ve bu görüşlere ilişkin elde edilen kodların “Kelime Bulutu” Şekil 3.1’de verilmiştir. Bu şekilde her kelime, frekansın büyüklüğü ile doğru orantılıdır. Bir kelime diğerlerinden daha yoğun kullanılmışsa bu o kelimenin frekansının da diğerlerinden büyük olduğu anlamına gelmektedir.



Şekil 3. 1. Kodlamalara İlişkin Kelime Bulutu

Katılımcıların spor turizminin geliştirilmesine yönelik görüşleri doğrultusunda elde edilen verilerin deşifre edilmesinden sonra oluşturulan “Tema ve Kategoriler” Çizelge 3.1’de yer almaktadır.

Çizelge 3. 1. Tema ve Kategoriler

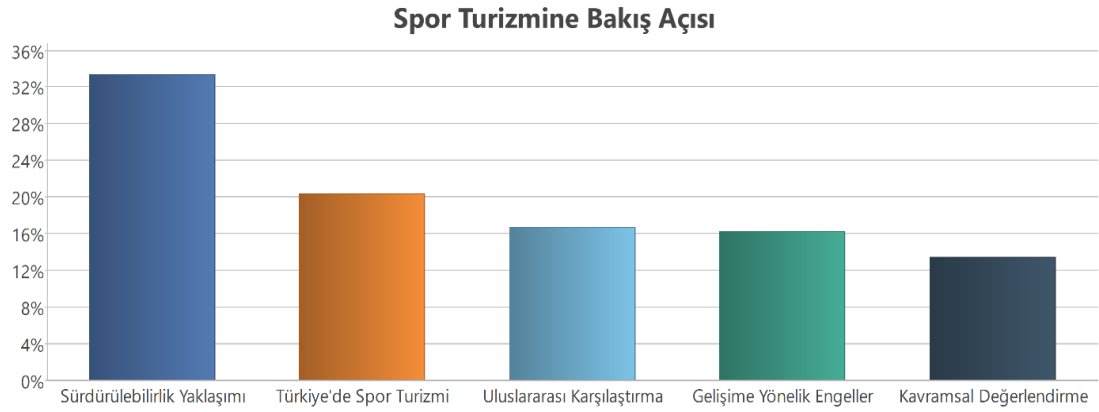
TEMA NO	KATEGORİ NO	TEMA VE KATEGORİLER
1.		SPOR TURİZMİNE BAKIŞ AÇISI
	1.1	Kavramsal Değerlendirme
	1.2	Türkiye’de Spor Turizmi
	1.3	Uluslararası Karşılaştırma
	1.4	Sürdürülebilirlik Yaklaşımı
	1.5	Gelişime Yönelik Engeller
2.		STRATEJİK ÖNCELİKLER
	2.1	Eğitim ve Araştırma
	2.2	Tesis ve İşletme
	2.3	Ürün ve Destinasyon
	2.4	Tanıtım ve Pazarlama
	2.5	Paydaş İş Birliği

Çizelge 3.1’de görüşmelerin deşifre edilmesinden sonra elde edilen bulgular çerçevesinde iki ana tema ve her iki temaya ilişkin beşer kategori oluşturulmuştur. “Spor Turizmine Bakış Açısı” temasında katılımcıların spor turizmi kavramını tanımlamaları ile bu tanımlama çerçevesinde Türkiye’de spor turizmine yönelik çalışmalar ve uluslararası örneklerin karşılaştırmaları, spor turizminin gelişimine yönelik engellerin neler olduğu ve sürdürülebilirlik açısından uzun dönemde etkileri

yer almaktadır. “Stratejik Öncelikler” temasında ise katılımcılar tarafından spor turizminin gelişimine yönelik öncelikler arasında eğitim ve araştırma, tesis ve işletme, ürün ve destinasyon, tanıtım ve pazarlama ile gelişim sürecinde paydaşların iş birliği üzerine değerlendirmeleri yer almaktadır.

3.2. Spor Turizmine Bakış Açısı Temasına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanların görüşleri ile elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan “Spor Turizmine Bakış Açısı” temasına ilişkin kategori ve kodlama istatistiği Şekil 3.2’de verilmiştir.



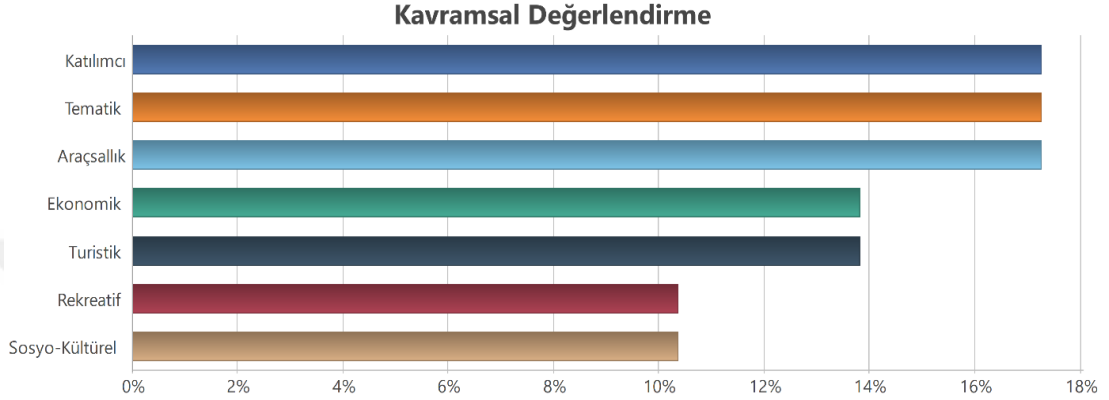
Şekil 3. 2. Spor Turizmine Bakış Açısı Teması Kategorileri ve Kodlama İstatistiği

Temaya ilişkin kategoriler ve kodlama istatistikleri her ne kadar dağılım grafiğindeki yoğunlukları çerçevesinde yer alsın da kategoriler ve kategorilere ilişkin kodlama istatistikleri belirli bir sistematik içerisinde aşağıda yer almaktadır.

3.2.1. Kavramsal Değerlendirme Kategorisine İlişkin Bulgular

Spor ve turizm gibi iki önemli disiplinin her geçen gün önemi artmakta ve kendi iç dinamiklerinin yanı sıra birbirleri ile olan ilişkileri de gelişmektedir. Katılımcıların araştırmaya konu olan spor turizmi kavramını tanımlarken uygulayan

veya seyreden olarak katılımcı, ülkeler açısından bir tanıtım aracı, sektöre ilişkin tematik ve ekonomik, faaliyetlere ilişkin ise turistik, rekreatif ve sosyo-kültürel olarak ele aldıkları görülmektedir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Kavramsal Değerlendirme” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.3’te verilmiştir.



Şekil 3. 3. Kavramsal Değerlendirme Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Araştırmaya katılanların görüşleri incelendiğinde; spor ürününün pazarlanması, marka yarışları, rota, adrenalin, ekstrem sporlar, şehir yaşamından kaçış gibi ilgi çekici ifadelerle de yer verdiği görülmektedir. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

FED-2: “Spor turizmi, dünyada her branşın marka haline gelmiş organizasyonlarının düzenlenmesi, bu organizasyonlara gerek spor yapmak gerekse izlemek için o organizasyonun düzenlendiği yere gidilmesi olarak ifade edebilirim. Elbette bunun yanı sıra bu organizasyonu düzenleyen ülkede ekonomik anlamda bir katkı sağlaması gerektiği gerçeği var. Sadece bir ülkenin isminin duyurulması değil ekonomik anlamda da bir girdinin olması gerekir.”

AKD-3: “Spor turizmini tanımlamak gerekirse elbette ki çok geniş bir kavram ancak spor maksadıyla, spor amacıyla insanların hareketliliğidir diyebilirim.”

FED-5: “Bence spor turizmi, spor ile ilişkili olan organizasyonlara katılımı ifade etmektedir. Gerek sporcu olarak gerekse izleyici olarak söylenebilir.”

AKD-7: “Spor turizmi, ulusal ve uluslararası organizasyonlara katılım olarak değerlendirilebilir.”

FED-1: “Bir grubu bir yerden bir yere götürüp orada konaklama imkânı sunuyorsanız ve orada yeni bir şeyler fark etmelerini sağlıyorsanız aslında turizm gerçekleşmiş oluyorsunuz. Benim algıladığım bunu spor aracılığıyla yapıyorsanız buna spor turizmi diyebiliriz. Sonuçta spor aracılığıyla insanları bir yerden bir yere götürmüş oluyorsunuz ve orada konaklamalarını sağlıyorsunuz.”

AKD-4: “Spor aktivitesini izlemeye gidenler ki bunlar azımsanmayacak kadar sayıları çok bunlara spor turisti diyebiliriz ve buna spor turizmi diyebiliyoruz. Örneğin Milan-Galatasaray maçına giden taraftar olabilir. İkinci olarak katılan yani sportif aktivitelere katılan insanlara spor turisti ve dolayısıyla buna spor turizmi denilebilir. Bisikletten örnek vermek gerekirse insanların bir yerden bir yere rota belirleyerek aktivite yapması örnek verilebilir. Örneğin İtalya'nın bölgesinde sadece bisiklete binmek için ya da trekking yapmak için gidilmesi spor turizmi bunu yapanları da spor turisti olarak değerlendiriliyor. Bir başka tanımlamaya veya anlamlandırmaya bakarsak tatil yapmak için giden insanların orada bulunan sportif etkinlikleri arayan katılan insanlara da spor turisti bu organizasyonel yapıyı oluşturan yere de spor turizmine özgü yerler olarak değerlendiriliyor. Mesela aslında tatil yapmak için bir otele gidiyor ve oteldeki diğer etkinliklere, aktivitelere çok da ilgi göstermeden bisiklet ya da katamaran ya da sörf ya da trekking yapıyoruz. Bunlar otel konsepti içerisinde çok fazla önemli olarak görülmeyebilir ancak otel aktiviteler için bir arz oluşturuyor.”

FED-6: “Spor turizmi ebetteki spor amacı ile insanların bir yerden bir yere hareket etmesi ve o spor branşı için katılım sağlaması olarak söyleyebilirim. Farklı ülkelerden bu sportif organizasyona katılım sağlanması bununla beraber o organizasyonun düzenlendiği yeri, çevreyi görmesi. Bizim tesislerimizi veya o organizasyonun düzenlendiği yerdeki tesisleri görmesi, deneyimlenmesi beraberinde karşılıklı kültür alışverişinde bulunulması bu anlamda değerlendirebilirim.”

FED-4: “Spor beklide insanların fiziksel ve bedenen geliştirmeye yönelik, turizm de ise belki ana unsur gezme, tanıma ve görme gibi farklı noktaları var. İki alanı birleştirdiğimizde insanların gezme, görme ve tanıma için gittikleri yerlerde bu fiziksel ve bedenen aktiviteleri gerçekleştirme durumu olarak ifade edebilirim. Ülkemize gelen sporcuların gezme, görme ve tanıma ya ilişkin unsurlarını geliştirirken ülkemize gelen turistlerin ise spor yapma imkânını sağlamaları olarak değerlendirebilirim. Spor turizmi açısından değerlendirmek gerekirse, sadece markalaşmış organizasyonların düzenlenmesi değil oraya gidişiniz, orada konaklama imkânlarınız, oraya özgü ürünleri satın almanız açısından son derece gelişmiş ve artık markaların yarıştığı bir organizasyon haline dönüşmüş durumda.”

GSB-2: “İnsanlar boş zaman aktivitesi olarak spor turizmine yöneliyor. Her ne kadar Pandemi döneminde bu sınırlı olsa da spor müsabakası seyrederek ya da spor müsabakasını seyretmeyi bahane ederek turistik faaliyetlerde bulunuyor veya bunların hepsinden sıyrılmış işin, günlük yaşamın içerisinde boğulan insanın bir kaçış şeyi olarak doğaya, ekstrem ve adrenalin ihtiyacını karşılamak için. Giderek büyüyen bir alan böyle baktığınız zaman insanların özel ilgileri artıyor ve şehir yaşamından uzaklaşma ihtiyacı duyuyor. Diğer bir boyutuyla da spor artık çok rekabetçi oluyor. Kamplar ve hazırlıklar çok önemli, tesisler çok önemli hale geliyor. Bir tanesi spor müsabakaları veya organizasyonlarda seyircilerin ziyaret etmesi veya müsabakalara gelmesi ve aynı zamanda turistik faaliyetlerde bulunması, birinci boyutu bu diyebilirim. Tesise ihtiyaç duymayan ekstrem spor olarak da adlandırılan rafting, yamaç paraşütü ve helikopteri gibi böyle mağaracılık, tırmanma ve dağcılık gibi tesise ihtiyaç duymayan ama spor bünyesinde yapılan turistik faaliyetler, esas faaliyet alanının da bu olduğunu düşünüyoruz işin doğrusu. Çünkü daha çok hedef kitlesi olduğunu düşünüyoruz ve genelde elit sporlar oldukları için gelen turistlerin harcamaları daha fazla oluyor.”

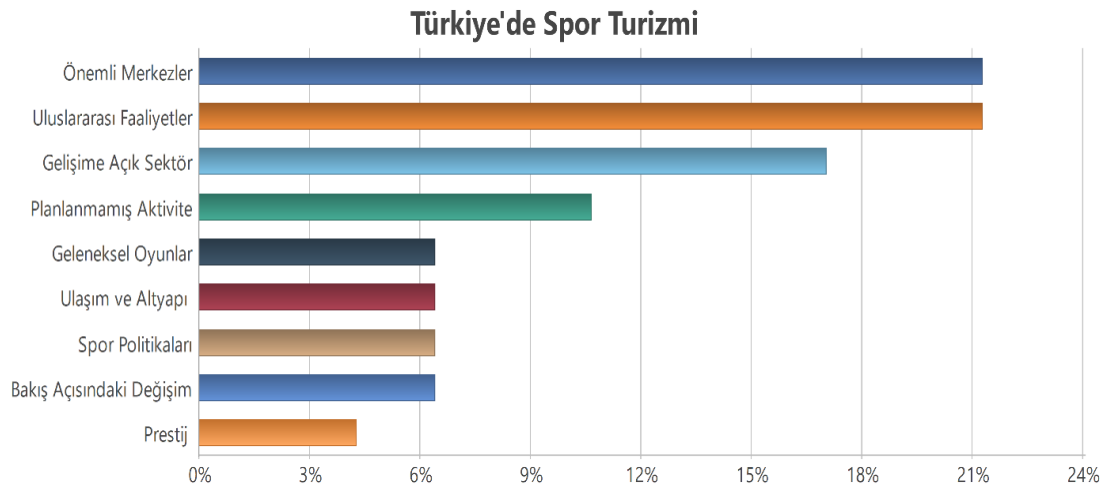
GSB-1: “Bizim anladığımız temel ifadeyle turizm insanların iş, eğlence ve benzeri gerekçelerle bir yerden bir yere hareket etmesidir. Bunun spor amaçlı, spor odaklı olduğunda da spor turizmi olarak tanımlayabiliriz. Aslında spor turizmini iki aşamalı ele almak lazım. Birincisi direkt sportif faaliyet amaçlı yapılan turizm. İkincisi genel turizm içerisinde sporun yeri ile ilgili bir tematik turizm diyebiliriz.”

GSB-5: “Bence spor turizmi, genel turizmin içerisinde bir bölüm olarak ifade edilebilir ve elbette burada bir hareketlilik söz konusudur. Özellikle yurt dışından gelen insanların buradaki imkânlardan yararlanması olarak değerlendirilebilir. Nasıl ki genel turizmin mantığında deniz, kum ve güneş gibi unsurlar varsa spor turizminde de sporun ön planda olduğu sporun bir araç olduğu insanların buna yöneldiği bunun için geldiği turizmin bir çeşidi olarak söyleyebiliriz.”

GSB-4: “Bence spor turizmi iyi bir spor ürününün iyi pazarlanmış olmasıyla yapılan bir insan hareketliliği olarak görüyorum. Bu hareketlilik bir sportif organizasyon olabilir veya bir takımın tek başına kendisi bile olabilir. Örneğin Fenerbahçe Spor Kulübü'nün spor ürünlerinin satıldığı, pazarlandığı Fenerium mağazası örneği olabilir.”

3.2.2. Türkiye’de Spor Turizmi Kategorisine İlişkin Bulgular

Spor turizmi potansiyeli yüksek olan ülkeler arasında yer alan Türkiye, coğrafi ve iklim özellikleri farklılığının yanı sıra jeopolitik konumunun olumlu ve olumsuz yansımalarını birçok açıdan görmektedir. Kendine has geleneksel yapısı ile ayrılan, üç kıtanın birleşim noktasında ulaşım ve transfer ağı ile dikkat çeken Türkiye, genel turizmdeki başarısı ile de ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda araştırmaya katılanların spor turizmi açısından değerlendirmelerinde her ne kadar planlanmamış aktivitelerin varlığı vurgulansa da bakış açısı değişen, ulaşım-altyapı imkanlarıyla gelişen bir ülke olarak görülmekte ve düzenlemiş olduğu uluslararası organizasyonlar ile prestij kazanan bir ülke konumunda olduğu söylenmektedir. Ayrıca önemli turizm merkezleri aracılığıyla spor turizmine zemin hazırlamanın yanı sıra ülkenin geneline yayılması gerektiği konusunda da benzer görüşler ifade edilmektedir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Türkiye’de Spor Turizmi” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.4’te verilmiştir.



Şekil 3. 4. Türkiye’de Spor Turizmi Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Araştırmaya katılanların görüşleri incelendiğinde; genel turizm mantığındaki değişim, sportif hareketliliğin artması, köklü spor organizasyonlarına yönelim ve spor temalı tesisler gibi spor turizminin gelişimine yönelik ifadeler de yer verildiği görülmektedir. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

GSB-1: “Türkiye’de spor turizmi yakın döneme kadar, aslında iki binli yılların başına kadar spor turizmi olarak sınıflanmadan gerçekleştirilmiş bir yapı ama çok gelişen ve hızla yenilenen bir endüstri, bir destinasyon diyebiliriz. Bizim iki binli yılların başına kadar spor turizm sektöründe sporun yeri tanımlanmadan faaliyet gösteren bir yapı. Bu ne demek? Örneğin bir spor kulübünün devre arası ya da sezon başı hazırlık kamplarında ülkemizdeki turizm destinasyonunun da hazırlık kampını gerçekleştirmesi aslında spor turizmin bir unsuru iken, biz bunu spor turizmi vasfıyla değil genel turizm mantığıyla yaptık. Ama özellikle iki binli yılların başlarında kulüplerin hareketliliği artması, sezon öncesi hazırlık organizasyonları, tematik spor turizmi tesislerin açılmasıyla birlikte biz bunu hem akademik olarak hem uygulamalı olarak tanımlayıp spor turizmi adı altında envanter ve istatistik olarak ele aldık.”

FED-3: “Antalya bölgesi futbol kulüplerinin uğrak yeri olduğunu söyleyebiliriz. Golf açısından çok büyük imkânlarımız var. Muğla’ya baktığınızda yamaç paraşütü gibi ekstrem sporlar yapma imkânı bulabilirsiniz. Uludağ, Erciyes ve Erzurum-Kars gibi kış spor tesislerinin bulunduğu ve çok önemli turizm merkezlerimiz var. Yine çok önemli dağlarımız var. Ağrı, Davraz gibi dağcılık ve ekstrem sporların yapılabildiği merkezlerimiz var. Artvin’de Rafting yapabilirsiniz. Rize’de Kaçkarlarda Heliski yapmanız yine mümkün. Yani Türkiye’de spor turizmi açısından çok büyük çeşitliliğe sahibiz diyebilirim.”

GSB-4: “Türkiye’de örneğin Alaçatı’da rüzgâr sörfünün yapıldığını görüyoruz. Yine bir bakıyorsun ki Türkiye’nin öbür ucunda Kars’ta kayak yapma imkânı buluyorsunuz. Yine diğer taraftan bence şu an spor turizmi açısından en çekici ve cazip olan Antalya’da gerçekleştirilen yamaç paraşütü etkinlikleri olduğunu düşünüyorum. Bu kişiler turizm amacıyla bile gelse genel turizm mantığının dışında yamaç paraşütünün aracılığı ile spor turizminden faydalandığını söyleyebilirim. Son dönemde gözlemlediğimiz kadarıyla en ilgi çekici sportif etkinlik olarak görmekteyim. Çünkü sürekli gökyüzünde gördüğümüz bir şeyi açıkçası deneyimlemek istersiniz.”

FED-2: “Bazı marka organizasyonlarınızı, geleneksel organizasyonlarınızı yurt dışına açmanız önemli. Örneğin güreşte “Vehbi Emre”, “Yaşar Doğu” turnuvalarında olduğu gibi İstanbul’da yapılan İstanbul Avrasya Maratonu gibi her yıl düzenlenecek sürekliliği olan geleneksel olan yarışmalar ile spor turizminin gelişimine katkı sağlanabilir.”

AKD-2: “Ülkemizde spor turizmi ile çeşitli ulusal ve uluslararası organizasyonların içerisinde yerel yarışmalar örneğin; Kırkpınar Yağlı Güreşleri, Elmalı Yağlı Güreşleri gibi organizasyonlar var. Kırkpınar Yağlı Güreşleri çok büyük ve köklü. Yüzyıllardır devam eden Elmalı Yağlı Güreşlerinin çok köklü bir geçmişi var. Özellikle yerel halk için spor turizmi anlamında canlandırdığını fazladan bir gelir kaynağı olduğunu bahsetmek mümkün.”

AKD-3: “Türkiye’de spor turizminin ikiye ayırmak lazım özellikle kış ve yaz turizmi olarak Türkiye’deki kış spor turizmi olanaklarına baktığınızda iç turizme hizmet veren bir yapıımız var. Bunun en önemli sebebi pazarlama konusudur. Belki de bu sorunu aşan tek yer Kayseri Erciyes diyebiliriz. Özellikle Rusya ve Ukrayna’dan hatta Uzakdoğu’dan Kore’den turist çekmeye başladılar.”

AKD-1: “Bizim takımlarımız da sezon başlarında daha soğuk olan ya da serin olan Avusturya gibi spor turizmine ilk yatırım yapan yerlere gidiyor. Özellikle Türkiye’de biz de bunu Erzurum gibi benzer hava şartlarına sahip yerde planlayabiliriz. Yaylalarımızın son derece önemli

olduğunu söyleyebilirim. Bu tarz tesislerin yine buralarda değerlendirilmesi son derece önemli olacaktır. Örneğin Fenerbahçe kulübümüz Topuk Yaylası'nda yapmış olduğu tesis Bolu'da çok büyük bir yatırım olarak göze çarpmaktadır. Bildiğim kadarıyla bu tesis 5 yıldızlı otel konforunu yanı sıra birçok etkinliğe ev sahipliği yapabilecek düzeyde bir tesis. Bu ve benzeri tesislerin sayısının artırılması ile on iki ay boyunca spor turizmine hizmet edecek ve spor turizminin gelişimine katkı sağlayacaktır. Bunun yanı sıra ülkemizdeki takımlarında İsviçre, Avusturya ve Hollanda gibi ülkelere gitmelerine çok da gerek kalmayacak aynı zamanda diğer ülkelerden ülkemize talebi artıracaktır. Antalya'nın Glorya tesisleri ile çok önemli bir atılım gerçekleştirdi. Atletizm, futbol, basketbol ve daha birçok spor branşın yapılabildiği bir merkez oldu. Bu tesis antrenman öncesi ve sonrasında çok önemli aktiviteleri beraberinde barındırıyor. Masajından saunasına hatta rehabilitasyon merkezine kadar birçok etkinliği içerisinde barındırıyor. Orada yer alanlar ayrıca spor hekimlerinden de destek alabiliyorlar. Her şey için spor yapma imkânı var ve beş yıldızlı bir tatil köyü ayarında ve bu alan tamamen spor için dizayn edilmiş bir merkezden bahsediyoruz. Olimpik yüzme havuzundan tutunda olimpik düzeyde atletizm pisti ne kadar düşünülmüş bir tesis. Benim bildiğim Dünya ve Avrupa şampiyonu birçok sporcu hatta Olimpiyat derecesi olan birçok sporcu bu tesisten yararlanıyor yılın on iki ayı kamp yapılabilir.”

AKD-5: “Spor turizminin Türkiye’de planlı bir şekilde yapıldığını düşünmüyorum. Özellikle sporculuk döneminden sonra ülkemizin sportif organizasyonlar ile bir dönüşüm yaptığını ve ülkemizde bu organizasyonları düzenleyerek önemli bir atılım yaptığını görüyorum. 2008 Pekin Olimpiyatları’nda sonra ülkemizin Gençlik ve Spor Bakanlığımızın, Spor Genel Müdürlüğümüzün yapmış olduğu çalışmalarda ben de yer alma imkânı buldum. O dönemlerde yapmış olduğumuz çalışmalarda bakanlığımızın, genel müdürlüğümüzün misyonunu hatırlıyorum. O dönem yapılan çalışmalarda ülkelerin almış olduğu organizasyonların ne kadar önemli olduğunun farkına varılması, bunun bir prestij ve aynı zamanda tanıtım olduğunun farkına varılması ile 2011 Erzurum Kış Üniversite Oyunları yine 2011 Karadenizli Oyunları 2013’te yine Akdeniz Oyunlarının alınması sağlandı. Özellikle 2011 Erzurum kış oyunları için organizasyona aday olunduğunda ülkemizde hiç Kış Olimpiyatları’na ev sahipliği yapabilecek tesisi olmamasına rağmen bizim ülke politikası olarak bu tesisleri yapabileceğimizi taahhüt etmek aynı zamanda bu organizasyonu en iyi şekilde gerçekleştirebileceğimizi ortaya koymak adına önemliydi. Tesis ve spor alt yapısının oluşturulması anlamında bu çok önemliydi. Devlet politikası olarak bu önceleme, bu organizasyonun tesislerinin hazırlanması başarılı bir şekilde yapılabilmesi adına önemliydi. Yine bu süreçten sonra düzenlediğimiz Akdeniz Oyunları ile birlikte olimpiyatlara aday olmamız da son derece çarpıcı örnekler olduğu görüşündeyim.”

FED-1: “Türkiye’nin birçok farklı yöresinde özellikle İstanbul’da organizasyonlar düzenliyoruz kişisel anlamda. Türkiye’nin birçok farklı yöresini ben spor ve sportif organizasyonlar aracılığıyla görmüş oldum. Geçen yıl düzenlemiş olduğumuz Uluslararası Triathlon Avrupa Şampiyonası, Avrupa’nın en iyi 3’üncü organizasyonu seçildi. Bu anlamda binin üzerinde yabancı sporcu da ülkemize gelmiş oldu.”

GSB-3: “Ben kendi branşımdan örnek vereyim federasyon başkanlığı yaptığım süre içerisinde, Türkiye Atıcılık ve Avcılık Federasyonu Başkanlığı olarak geçiyor adı ve içerisinde Avcılıkta var. Avcılıkta çok etkin bir rolümüz de yoktu ama tabi yakından takip etme ve nerde ne yapıldığını gözlemlene şansımız her zaman vardı ki kişisel olarak bende avcılık yapan birisiyim. Av turizmi denilen bir olgu var orada. Yurt dışından gelen yabancı avcıların burada kota sistemiyle ve Orman bakanlığının av yaban hayatı kuralları çerçevesinde bir nevi sportif amaçlı işleyen bir sistemi var. Buradan Ankara’dan bir örnek vereyim. Örneğin Altındağ bölgesinde daha önceden belirlenmiş 5 tane geyik kotası var bu geyik kotasını turizm firmaları satın alıyorlar ve satın aldıkları kotaları da yabancı avcılara avlatarak ülkeye para kazandırıyorlar.”

FED-2: “Formula 1 yarışları en önemli örneklerden bir tanesi olduğu görüşündeyim. Bu organizasyona ev sahipliği yapan ülkeler ekonomik anlamda büyük bir kazanım elde ettiğini söyleyebiliriz. Aynı zamanda izleyici kitlesinin ilgi gösterdiği ülkeler haline geldikleri de

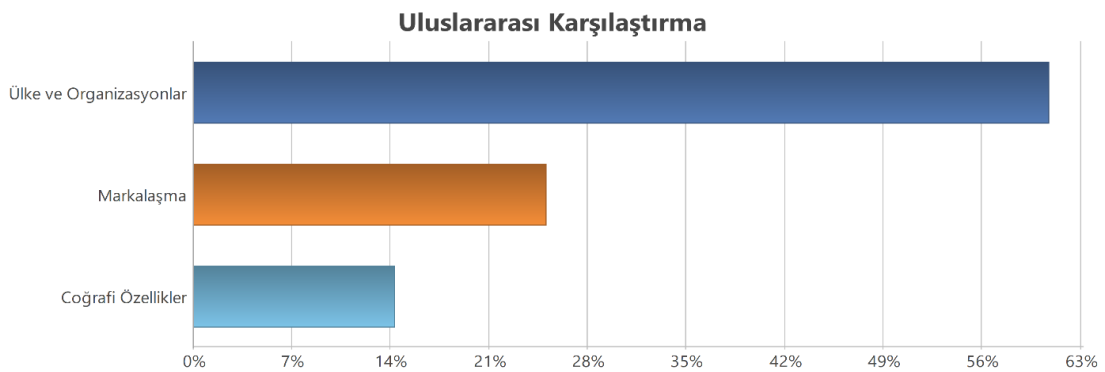
söylenbilir. Ülkemizde de düzenlenmesi son derece önemli. Yine son dönemde Bilardo Dünya Şampiyonasının yapılması önemli ses getirmiştir.”

FED-4: “Uluslararası organizasyonlardan bahsetmek gerekirse yılın 52 haftasının yaklaşık 40 haftasında kadın ve erkek olmak üzere 80 organizasyon neredeyse düzenliyoruz. Tenis branşından örnek vermek gerekirse bu düzenlenen organizasyonlara ortalama 64 sporcunun katılımı ile gerçekleştirildiğinde yaklaşık 75 sporcu dâhil olduğunu düşünebilirsiniz. Kadın-erkek anlamında 150 sporcunun 40 hafta boyunca ülkemize geldiğini düşünebilirsiniz. Sadece turnuvaya katılmak anlamında düşünmeyin bu sporcular geldiklerinde İstanbul veya Antalya gibi şehirlerimize 15 gün boyunca çok çeşitli yerleri görmeye ya da o yöreye özgü yiyecek içecekleri tatmaya gidiyorlar.”

AKD-4: “Son dönemde dahil ediliğimiz Formula 1 organizasyonu ilgi çekecek gibi görünüyor. İlki Antalya’da yapılan daha sonra Marmaris’te düzenlenen şimdi sanırım Kapadokya’da yapılacak olan Dünya Ralli Şampiyonası gibi organizasyonlar ilgi çekecek organizasyonlar spor turizmini tanımlamaya çalıştığım özellikle ikinci örnekte vermeye çalıştığım bir organizasyona seyirci olarak katılacak hareketliliği sağlayacak organizasyonları bunlara örnek olarak verilebilir ülkemiz açısından.”

3.2.3. Uluslararası Karşılaştırma Kategorisine İlişkin Bulgular

Endüstri haline gelmiş spor ve turizm; profesyonel açıdan birbirine alan açan ve destekleyen sektörler olarak görülmektedir. Spor ve turizm, uluslararası organizasyonlar aracılığıyla ülkelerin bir nevi kendini ifade etme şekli ve başarılı bir kamu diplomasisi örneği olmuştur. Ekonomik açıdan ise marka yarışlarına ve pazarlamanın unsurlarına konu olmaktadır. Bunların yanı sıra başarılı ülke ve organizasyonlar, yatırımların etkinliği ve verimliliği ile coğrafi özellikler ise değerlendirmeler de öne çıkmaktadır. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Uluslararası Karşılaştırma” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.5’te verilmiştir.



Şekil 3. 5. Uluslararası Karşılaştırma Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Araştırmaya katılanların görüşleri incelendiğinde; tüketen değil üreten, cazibe merkezleri, bir ulusun tanıtımı gibi dikkat çeken ifadelere de yer verdiği görülmektedir. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

AKD-3: *“Oteller ve otellerin sunmuş olduğu imkanlar açısından çok sıkıntı çekmesek de özellikle kış turizmine katılan katılımcılara baktığınızda her zaman farklı ve çeşitli yerleri görmek ister aynı zamanda pist uzunluğunun da farklı olması önemlidir. Bizim ülkemize gelen kış sporları için turistlerin bir daha gelmemesinin sebebi pistlerimizin kısa olmasıdır. Spor turizminde özellikle kış sporlarına baktığınızda Avrupa'da alp dizinin de yer alan ülkeler tercih edilmektedir. Özellikle dünya örneklerine baktığımızda Kore bu konuda çok iyi bir altyapıya sahip çünkü tıpkı kış sporlarına katılan turist gibi golf sporcularının da her zaman yeni yerler görmek farklı alanlarında oynamak istiyorlar. Bu konuda Kore çok başarılı bir örnek olarak verilebilir. Bunu başarmış durumda. Diğer taraftan kış turizmi iç turizme yönelik olmakla birlikte Alp disiplini kayak üzerine yoğunlaşmış durumda. Avrupa'dan turist getiremiyoruz. Çünkü Avrupa'daki dağlarla kıyaslanamayacak derecede bizim dağlarımız küçük.”*

FED-3: *“Ancak tabii ki bölgesel anlamda avantajlı olan ya da branşa göre değişen avantajlı olan ülkeler ile bizim rekabet etmemiz biraz zor. Örneğin alp disiplini de yer alan ülkelerin zaten bölgesel anlamda bir avantajı var ve biz bunları ancak belirli şehirlerimiz Erzurum-Kars gibi şehirlerimiz ile rekabet edebiliriz ya da okyanusa kıyısı olan ülkelerdeki Yelken ve benzeri branşların yapılması açısından ebeteki buradaki Rüzgâr-Dalga ya da benzeri dezavantajları sahibiyiz iç deniz olmamız itibariyle.”*

FED-6: *“Çin'in Olimpiyatlar ile kendi kabuğundan çıktığını ve önemli organizasyonlara ev sahipliği yaptığını görüyoruz. Özellikle Avrupa'da; Fransa, İngiltere gibi ülkelerin futbol dışında da çok önemli organizasyonlar düzenlediğini görüyoruz. Özellikle ben kendi alanımdan bahsetmem gerekirse, Tenis alanında İngiltere'de düzenlenen Wimbledon, çim 'de genellikle oynanmayan bir oyun olmasına rağmen Wimbledon bir marka haline geldiğini görüyoruz. Teniste çim zeminin oynandığı tekel olduğunu söyleyebilirim. Bir marka oluşturmaya İngiltere başarmış durumda. Tenis branşına baktığımızda sert zeminde veya toprak zeminde genellikle oynandığını biliyoruz ancak İngiltere bu marka ile kendilerini dünyaya kabullendirebilmiş durumdadır.”*

AKD-1: *“Benim yurt dışında gerçekleştirmiş olduğum bir etkinlikte, Etna dağı çevresinde volkanik bir dağ ve Katanya şehrine yakın. Etna dağına çıkarken özellikle kamp bölgesinde orada ciddi bir turizm potansiyeli de oluşmuş durumda olduğunu gördüm. Sadece yabancı turist değil yerli turistlerin de orası uğrak yeri haline gelmişti. Hatta hafta sonu cazibe merkezlerinden biri olduğu görülüyordu. Şöyle ki daha çıkarken tek bir yol var ve bir kasaba yakınında bu yol üzerinde özellikle bisiklet, motosiklet ve tırmanış yapanları ayrıca yürüyüş yapanlar Etna Dağına doğru etkinliklerini gerçekleştiriyorlar. Bu etkinlikler o bölgeye hem turizm faaliyeti gerçekleştirilirken, yeme, içme, konaklama ve o bölgeye özgü çeşitli etkinlikler ile çok ciddi bir para potansiyeli kazandırıyor. Bu bahsettiğim etkinlik ve faaliyetler ile o bölgenin kalkınmasına çok önemli katkı sağladığını görmek mümkün. Diğer bir örnek ise İsviçre ya da Avusturya gibi kayak ülkeleri kış sporu ile ilgilenen ülkelerde sadece kış sporu etkinlikleri değil bunun yanı sıra trekking, haiking gibi etkinlikler düzenlenerek özellikle yaz aylarında bu etkinliklerin düzenlenmesi kışın ise kış sporlarının düzenlenerek kayak gibi Snowboard gibi sporlar yapılarak bir etkinlik alanına çevrildiğini görüyoruz. 12 ay yaşayan bir spor turizmi gerçekleştiriliyor.”*

AKD-4: *“Dünyada en önemli örneği olarak Fransa bisiklet turunun özelliği ise tüketen değil aynı zamanda üreten bir etkinlik olduğunu görmek mümkün. Sadece bir organizasyonun düzenlenmesinin ötesinde orada bulunan yerel halkın ürünlerinin tanıtılması şarap üretimi, peynir üretimi, yerel üreticilerin ürünlerini dünyaya tanıtan ekonomik değeri olan malzemeleri gibi ve ayrıca belki de en önemlisi Fransa'nın bir ulusun tanıtımı söz konusudur. Dolayısıyla*

spor turizmi uygulamasının başarılı olmasının sebebi de oradaki katılımcı sayısı. Yine bu organizasyona baktığımızda binlerce sporcunun bu organizasyona katıldığını görüyoruz. Organizasyonun bir diğer özelliği ise dünyanın her yerinden yayıncı kuruluşların bu organizasyonu naklen yayınlamasıdır. Örneğin ben Fransa Bisiklet turunu izlerken Marsilya ayağında şehri tanıma fırsatı buldum. Bir yandan organizasyon devam ederken diğer taraftan şehrin güzelliklerini ve o şehri özgü özellikleri tanıma fırsatı buldum. Belki de benim için en önemli örneklerden bir tanesi dünyada yapılan Challenge örnekleridir. Örneğin Fiji adalarında yapılan Eco-Challenge yarışmaları normal şartlarda Fiji adalarının nerede olduğunu sorarsanız bilemeye bilirsiniz. Ekolojik bir yapıya zarar vermeyecek bir organizasyon düzenlenmesidir. Bir daha organizasyona katılacakları için bir öngörü oluşturuyor. Bu da bence spor turizminin başarılı örneklerindendir. Spor turizmine ilişkin son verebileceğim örnekte Seul Olimpiyatları. Hem olimpiyatlar hem dünya şampiyonası hem atletizm şampiyonasıdır. Kore'yi dünyaya tanıtan hem de Kore'nin dünyaca tanınmasını sebep olan başarılı bir spor organizasyonu ve spor turizmi örneği olabilir.”

GSB-2: “Türkiye bu işi çok iyi yapan Kanada, Avustralya gibi ülkelerin çok gerisinde kaldığımız çok açık. Biz şunda çok iyiyiz, mesela uluslararası organizasyonlara ev sahipliği konusunda ama bunu gelir getirici bir faaliyet yapma konusunda eksikliklerimiz var. Aslında bir ürünümüz yok. Türkiye olarak yani marka değiliz. Gelişmiş ülkelerin özellikle Avustralya bir marka. Marka olma yolunda çok eksiklerimiz var.”

FED-4: “Her sportif oyun ve organizasyonun en iyi şekilde uygulandığı ülkeler olduğu düşüncesindeyim. Dünya örnekleri ile ülkemiz açısından değerlendirdiğimizde yine özellikle kendi branşından örnek vermek isterim. Tenis açısından 4 tane büyük Grand-Slam var. Yine İngiltere’de Wimbledon en önemli örnek verilebilir. Wimbledon’a baktığımızda 150 yıldır düzenlenen bir organizasyondan bahsediyoruz. Yine Grand-Slam olarak adlandırılan turnuvalar artık bir marka haline gelmiş önemli ve kabul görmüş turnuvalar. Bu turnuvalar ile bizim biraz önce de bahsettiğimiz 40 hafta boyunca süren turnuvalarımız ebetteki bir tutulamaz. Organizasyonun büyüklüğü ve marka değeri açısından elbette ki ben bunları çok önemli buluyorum ancak yılda sadece 2 hafta düzenlenen bir organizasyonlardan bahsediyoruz. Biz Türkiye’de düzenlediğimiz uluslararası tenis turnuvalarımız 40 hafta boyunca devam eden turnuvalar. Bu anlamda biz de önemli bir başarı mesafe kat ettiğimizi düşünüyorum.”

AKD-7: “Şu anda mesela Barcelona dediğimiz anda aklınıza ilk gelen Messi oluyor. Yine Real Madrid dediğinizde aklınıza ilk gelen sporcu Ronaldo oluyordu. Bu çok önemli biz de ülkemizde belki bu tarz marka değeri yüksek sporcularımız ile marka haline gelmiş kulüplerimiz aracılığıyla spor turizmine büyük katkılar sağlayabiliriz ve gelir elde edebiliriz. Bu markalaşma ile sizin tanıtımının yapılmasının önü açılacaktır. Spor kulüplerimiz bu sayede hem kendi kulübün gelirlerini artıracak hem de ülkenin gerek spor turizmine gerekse genel turizmine büyük katkı sağlayacağı kanaatindeyim. Dünya genelinde birçok örnek verilebilir. Benim en çok ilgimi çeken gidip gördüğüm için yaşadığım için Barcelona Spor Kulübü’nün yapmış olduğu çalışmalar çok önemli. Özellikle NouCamp stadyumunda yapılan çalışmalar çok iyi bir örnek olarak verilebilir. Bu stadyuma gittiğinizde elbette ki Barcelona Spor Kulübü’nün marka değeri ile tarihi süreci çok iyi yansıtıldığını görebiliyorsunuz. Farklı bir hava farklı bir atmosfer olduğu çok belirgin olarak ortaya konulmuş. Bu Tabii ki Barselona Kulübü’nün dünya çapında, hatta uzay spor kulübü olarak bile değerlendirilebileceği gerçeğinden yola çıkarak böyle bir ambiyansını yaratıldığını söylemek mümkün.”

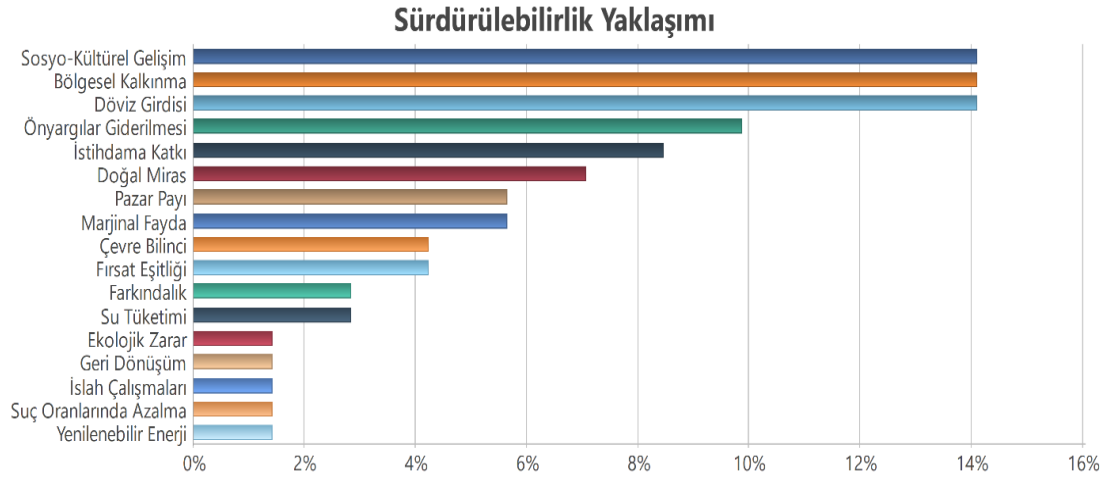
GSB-4: “Uluslararası spor turizmi ile konu olabilecek en önemli organizasyonlardan bir tanesi Olimpiyatlar ebetteki. Bence benim çok etkilendiğim 2012 yılında düzenlenen Londra Olimpiyatlarıdır. Çok başarılı bir organizasyon olduğunu söylemeliyim. Son 20 yıla baktığımızda son 5 olimpiyatın içerisinde bence en başarılı şekilde düzenlenen ve ses getiren organizasyonunun Londra Olimpiyatları olduğu düşüncesindeyim.”

AKD-5: “Aslında katıldığım yerinde görme imkânı bulduğum kadariyle, 2012 Londra olimpiyatlarına katılmış bir kişi olarak örnek vermek gerekirse Londra daha önce 2 kez olimpiyatlara ev sahipliği yapmış bir şehir. Ben idareci, yönetici olarak katıldığım bu

organizasyonda birçok toplantıya katılma imkânı buldum. Bu toplantılar üst düzey diyebileceğimiz toplantılardı. Londra için olimpiyatların ev sahibi olarak yer alması İngiltere'nin bir organizasyonu böyle büyük bir organizasyonu almaları ve ev sahipliği yapmaları önemli olmakla birlikte izlemiş oldukları politikaları ifade ettiklerinde organizasyon maliyetinin minimuma indirilme düşüncesi, organizasyon sonrasındaki tesislerin etkin kullanım noktasında yaklaşımlarını inceleme fırsatım oldu. Örneğin 7 tane branşın bir arada yapılabilirdiği bir tesis için aslında bir fuar merkezinin kullanılma düşüncesi ve planlamasını gördüm. Aslında burada görmüş oldukların ülkemizin atacağı adımlar noktasında benim de düşünce olarak farklı bakmama sebep oldu. Biz ülke olarak baktığımızda yaptığımız tesislerin çoğu bir tek branşa yönelik tesisler olduğunu görüyoruz. Güreş olsun halter olsun. Hâlbuki büyük türbinleri olan birden fazla branşın organizasyonunu düzenleme imkânı olan tesislerin yapılmasına doğru adımlar atılması gerektiği düşüncesi ben de oluştu. Çünkü fayda maliyet açısından değerlendirdiğinizde tek bir branşa yönelik olarak yapmış olduğumuz tesislerin bakım onarım maliyetlerini de üzerine eklediğinizde çok da sürdürülebilir olmadığını görüyoruz.”

3.2.4. Sürdürülebilirlik Yaklaşımı Kategorisine İlişkin Bulgular

Spor turizminin gelişiminin uzun dönemde sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan olumlu ve olumsuz çeşitli etkilerinin olması beklenmektedir. Araştırmaya katılanların değerlendirmelerinde; sosyal açıdan kültürel etkileşim ve gelişimin beraberinde farkındalık, fırsat eşitliği, önyargıların giderilmesi ve hatta suç oranlarındaki azalmaya etki edebileceği ön görülmektedir. Ekonomik açıdan ise pazar payındaki artış, döviz girdisi, istihdama katkı ve maliyetlerin azalması beklenen etkiler açısından öne çıkmaktadır. Uzun dönemde çevresel beklentiler ise çevre bilincindeki artış, doğal mirasların korunması, ekolojik zararın göz önünde bulundurulması, geri dönüşüm ve yenilenebilir enerji olarak ifade edilmektedir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Sürdürülebilirlik Yaklaşımı” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.6’da verilmiştir.



Şekil 3. 6. Sürdürülebilirlik Yaklaşımı Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Katılımcıların görüşleri incelendiğinde; bölgesel yatırımların sunduğu imkanlar, serbest zaman ve yönlendirme, bacasız sanayi, tekelleşme, doğanın ıslahı, akıllı bina, şehir otelciliği ve marjinal fayda gibi ifadelerle vurgu yapılmış ayrıca spor turizminin gelişiminin uzun vadede etkilerine yönelik dikkat çekici ifadelerle yer verilmiştir. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

AKD-1: “Erzurum'dan bir sporcumuz ilk defa tarihimizde kayakla atlama branşında olimpiyatlarda ülkemizi temsil etti ve sıralamaya girdi. Eğer 2011 Erzurum kış üniversite oyunları düzenlenmemiş olsaydı ve beraberinde elbette ki bu organizasyon için yapılan tesisler olmasaydı belki de böyle başarılı bir sporcunun çıkmasını göremeyecektik. Burada en önemli dikkat çeken konu atlama kulelerinin varlığı ve o bölgede yaşayan insanlarımızın bu imkanlardan yararlanma imkanının olmasıdır. Belki de olmaması böyle bir başarının elde edilememesine sebep olacaktı. Başarının gelmesi o bölgede yaşayan insanlarımızın, ailelerimizin çeşitli kulüpler ve organizasyonların yanı sıra devletin bakış açısının da gelişmesine, olumlu bakmasına sebebiyet vermekte ve bir farkındalık oluşmasına da katkı sağlamaktadır. Diğer bir açıdan değerlendirmek gerekirse bugün bir organizasyon izleme imkânı buldum. Köyceğiz'de düzenlenen Durgun Su Kano yarışması. Rize'den katılan bir çocuğumuz bu yarışmada şampiyon oldu. Demek ki Rize'de yaşayan bu çocuğumuz, sporcumuz o bölgede bu fırsattan ona verilmesi sayesinde yani kano sporunun o bölgede yapılabilmesini ve kendini geliştirmesiyle böyle bir şampiyonada 1. olabilmesi imkânı tanımıştır.”

FED-5: “Yani kültürel açıdan beraberinde, toplumsal açıdan uzun vadede olumlu etkilerini olacağını düşünüyorum. Örneğin ben çalışmış olduğum federasyonlar ve katılmış olduğum görevler itibarıyla çok fazla ülke görme şansım oldu. Bu gittiğim ülkelerde çeşitli arkadaşlıklar dostluklar kurma imkânı oldu. Hayata bakış açım da değişiklikler oldu ve kendini geliştirme fırsatları sundu. Yani şunu anlatmaya çalışıyorum belki de ülkemizden yurtdışına gitme imkânı herkesin olmayabilir ancak ülkemizde düzenleyeceğimiz bir organizasyon ya da spor organizasyonunun düzenleneceği bir yer destinasyon olduğunda yurt dışından gelecek insanlar ile etkileşime geçme şansımız olacaktır. Bu kültürel anlamda bir değişimi beraberinde getirecektir. İnsanlar belki de burada edindikleri deneyimleri ile hayatlarına yön verebileceklerdir. Bu anlamda uzun vadede spor turizminin kültürel etkileşim ve toplumun genel yapısı ile bakış açısına olumlu anlamda katkı sağlayacağını düşünüyorum.”

GSB-4: “Şöyle spor demek bence enerjinizi bir yere sarf etmek bir yere zaman harcamanız demek dolayısıyla bir yere odaklandığımız da yani bir ülkedeki suç oranlarıyla ilgili bir araştırmaya baktığımızda çoğunlukla bu insanların sosyal olmayan insanlar olduğunu görüyoruz ve maddi gelirine bakılmaksızın bu insanların serbest zamanlarının spor ve benzeri organizasyonlarla değerlendirmelerinin suç ve suça ilişkin unsurlardan uzak tutulması adına önemli olduğunu düşünüyorum. Spor turizmi ile bu insanları belirli bir hedefe yönlendirebilirsek bu anlamda suç oranında azalmalara yardımcı olacaktır.”

GSB-1: “Spor turizminin toplumsal etkileri bir kere istihdamda alan çeşitliliğine yol açıyorsunuz. Yani işte sadece sanayi, istihdam ya da kamu istihdamı ya da genel turizm istihdamının dışında farklı bir alana yönlendiriyorsunuz. Diğer taraftan sektörün insan kaynağının nitelikli hale getirilmesini sağlıyorsunuz. Nedir? İşte spor bilimleri alanında gelişen insanların da bu sektöre yönelmesini sağlamış oluyorsunuz. Diğer taraftan yine ekonominin yan parametresi olan istihdama da farklı bir katkısı var. Çünkü spor alanında yetişen insanlar için alternatif bir istihdam alanı demek, bunun dolaylı ekonomiye de katkısı olduğunu düşünebiliriz. Diğer taraftan sporun sadece turizm bölgelerine sıkışmayıp farklı bölgelere de yayılabileceği unsuru var. Sporun, spor biliminin teknolojik gelişmelerin de ciddi bir katkısı oldu. Bugün bakıyorsunuz işte bizim spor turizmi temalı açılmış otellerimizde çok ciddi ölçüm egzersiz laboratuvarlarının olduğunu görüyorsunuz ve bu sırf bunun için gelen sporcular olduğunu görüyorsunuz. İşte benim Antalya’da bir tesise gittiğimde bir olimpiik sporcunun 2021 Tokyo olimpiyatlarına katılacak bir sporcunun sadece fiziksel ölçümler için bir tesise geldiğini görmüştüm. Bu önemli bir parametre artık belki bilimle beraber teknolojiyi de spor turizm adı altında pazarlar, pazardaki payını arar niteliğe gelmişiz diyebiliriz. Burada belki Mersin örneği önemli bir örnek. Mersin işte 2013 Akdeniz oyunlarında belki mevcut tesislerin sadece yüzde 20’ine sahipti ama spor turizmi, organizasyonel bir spor turizmi mantığıyla şu an belki Türkiye’deki en iyi tesisleşme alt yapısına sahip losyondadır. Diğer taraftan bunun 2005’teki İzmir Üniversite Oyunları örneği, işte Erzurum’daki Kış Üniversite Oyunları örneği, Trabzon’daki Karadeniz Oyunları örneğinde bunların belki modellemesidir diyebiliriz. Kendi lokasyonu organizasyonel spor turizmi boyutuyla katkı sağlayan işler.”

GSB-2: “Turizm, yani bacasız sanayi denilen bir şeydir. Spor turizmi de en niş alanlarından birisi yani literatürde şöyle söylenir. Kaynak veremeyeceğim ama normal bir turist 100 dolar harcıyorsa spor turisti 500 dolar harcıyor ve 5 katı bir gelir elde ediliyor. O yüzden ekonomiye katkısı yadsınmaz. Turizmin dört mevsime yayılması için turizm tesisleri için önemli. Çünkü trekkingi veya kayağı veya hangi şeyi düşünürseniz dört mevsim yapabileceğiniz faaliyetler. Sadece deniz, kum, güneş olarak değil artık bölgesel kalkınma içinde önemlidir. Sebebi de şu, Kahramanmaraş’ta deniz kum güneş yoktur ama belki nehirlerinden belki doğasından faydalanılarak turizme katkı yapılır. Yeter ki o bölge için bir ürün ortaya konabilsin. Birkaç yere de parkur şeklinde yapılabilir. Nereden bakarsanız kalkınma için önemlidir ama illerin veya bölgelerin öncelikleri farklı olabilir. Coğrafyası uygun yerlerde bence kalkınmanın önemli araçlarından birisi olabilir ki kalkınma ajansları da bu konulara destek veriyorlar zaten.”

AKD-3: “Elbette ki uzun vadede çok olumlu etkileri olacaktır. Spor turizmi amacıyla yurt dışından gelen kitle ülke ekonomisine çok önemli bir katkı sağlayacaktır. Uzun vadede ekonomiye çok ciddi katkı sağlayacağını düşündüğümüz spor turizmi bölgesel anlamda da çok ciddi kazanımlar sağlayacaktır. O yörenin kalkınmasına ekonomik anlamda destek olacaktır. Bunun en güzel örneği şu an kültür turizmi için Mardin örneği verilebilir. Şu an Mardin’den bir rezervasyon yaptırmak isterseniz çok zor yer bulursunuz. Çünkü kültürü çok iyi pazarlamış durumdalar. Çünkü çeşitlilik var her dinden, dilden ve ırktan insan oraya gelip görmek istiyor. Alp dizinindeki ülkelerin kış spor tesislerine baktığımızda orada çok büyük oteller göremezsiniz daha çok küçük nitelikte aile otellerinin olduğunu görmek mümkün. Oranın halkı çalıştırır. Biraz önce Mardin örneğini verdiğim gibi. Burada tekelleşmeye izin verdiğinizde orada bambaşka bir yapı ortaya çıkıyor. Yöresel halkı desteklemediğiniz de o zaman halkın tepkisini alıyorsunuz ve buna karşı çıkılmaya başlanıyor. Ayrıca sahiplenilmiyor. Daha butik daha yöresel daha çeşitli ve o bölgenin insanların da dahil olduğu organizasyonlar gerçekleştirdiğinizde beraberinde o yörenin yemeği ve gezilip görülebilecek imkânlarını

sunduğunuz da hem kalkınma açısından başarılı olunacaktır hem de spor turizminin gelişimine katkı sağlayacaktır.”

FED-4: “Ekonomik anlamda çok büyük kazanımlar sağlayacağı düşüncesindeyim. Yine İngiltere Wimbledon örneği vermek gerekirse markalaşmış bir organizasyonun yıl içerisinde sadece iki hafta düzenlenen bir organizasyonu sportif anlamda katılımcıları beraberinde gelecek. Yine bu organizasyonu izlemek için dâhil olan seyirciler organizasyon dışındaki katılacakları aktiviteler ile milyonlarca dolar gelir elde ettiklerini söylemek mümkün. Bu anlamda bizde örneğin bir şehrimizde organizasyonu sürekli hale getirip buna benzer kazanımları elde edebiliriz.”

FED-3: “Uzun dönemde baktığımızda ekonomik açıdan yine istihdama çok önemli katkılar sağlayacağını düşünüyorum. Spor turizmi ile o bölgedeki kalkınma doğrultusunda yeni iş imkânlarına ortaya çıkaracaktır. Çevresel anlamda belki doğanın ıslah edilmesi açısından önemli katkılar olacaktır. Elbette ki bu spor turizmine yönelik yapılacak olan tesisler ile dikkat edilmesi gereken en önemli unsurlardan bir tanesi ülkemizin bu doğal güzelliklerinin yok edilmeden ya da belirli bir maliyet ile yapılan bu tesislerin sürdürülebilirliğini devam ettirilmesi açısından gelecek kuşaklara bırakılması son derece önem arz edecektir.”

FED-5: “Ekonomik anlamda özellikle yurt dışından gelecek spor turistlerinin bırakacağı döviz ile çok ciddi bir kazanım elde edeceğimizi düşünüyorum. Uzun dönemde de bunun çeşitli etkileri olacaktır. Bölgesel anlamda kalkınmaya katkı sağlayacaktır. Bu bölgelerde istihdamda artış sağlanacaktır.”

GSB-5: “Kars'tan örnek vermek isterim. Sarıkamış'ta bir pistin yapılabilmesi için 25000 ağacın kesildiği gerçeği var. Doğru planlama yapılmadığı zaman bir pistin yapılmasında bu kadar ağacın kesilmesine sebep oluyorsunuz. Evet elbette ağaçlandırma çalışmaları tekrar yapıldı belki yerine daha fazla dikildi ancak yine de doğanın dengesini bozacak adımlar atılmamalı.”

AKD-7: “Uzun vadede ebetteki spor turizminin geliştirilmesine yönelik yapılacak yatırımlar, tesisler çevreye zarar vermeden gerçekleştirilmelidir. Zorunluluk olması lazım, doğa ile iç içe doğanın kendi dengesini bozmadan yapılmalıdır. Bugün bize bahsedilen bu doğanın olumlu yansımaları, güzelliklerini bizden sonraki dönemlere de en iyi şekilde aktarmak gibi bir görevimizin olduğu düşüncesindeyim. Her bölgede tesis yapılmalı mı dersiniz ebetteki yapılmamalıdır. O bölgenin iklimini, jeopolitik konumuna ve kültürel değerlerine o bölgenin iklimine uygun tesis planlamasının öncelikle yapılması ile geri dönüşüme sahip spor tesislerinin ortaya çıkması faydaları olacaktır. Örneğin Erzurum'da açık yüzme havuzunun yapılması ne kadar faydalı olur ki yıl içerisinde bundan ne kadar faydalanabilirsiniz. Özellikle bu tesislerin yapımında yenilenebilir enerji kaynaklarını da göz önünde bulundurarak gerçekleştirmeniz gerekir. Akıllı bina faydalı bina diye artık günümüzde sıkça bahsedilen bu doğa ile barışık tesislerin yapılması gerekir.”

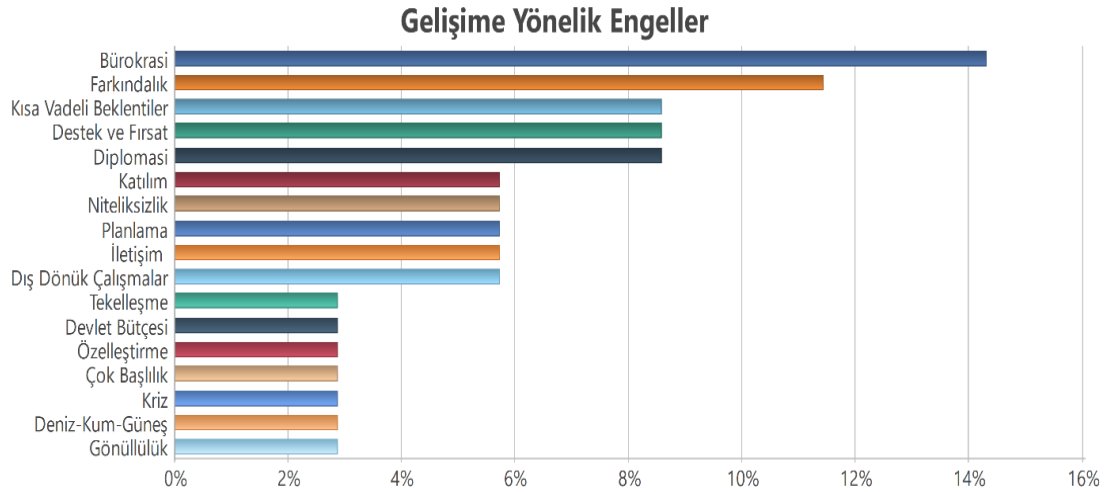
AKD-3: “Örneğin kış turizmi için kayak sporu için siz dağlara şehir otelciliği gibi oteller yapmaya kalkarsanız o zaman oranın ekolojisine zarar verirsiniz. Bu tesislerin planlaması yapılırken doğaya zarar vermeyecek şekilde planlanması gerekir.”

GSB-1: “Belki bazı parametrelerde negatif etkileri var. Örneğin golf turizmi belki çevre açısından pozitif bir katkısı varken diğer taraftan da işte harcadığı su miktarı itibarıyla inanılmaz negatif çevre etkisi var. Benim yaptığım çalışmalar da orta ölçekli bir golf işletmesinin spor turizm anlamında golf işletmesinin yine orta halli bir ilçe nüfusu kadar su harcadığını görüyorduk. Bu inanılmaz bir su kaybı demek yani susuzluğun işte su kıtlığının olduğu bir yerde belki getirisi yüksek ama getirisi ile götürüsünü tartışılacağı bir spor turizmi alanı aslında ve belli bir süre sonrasında sürdürülebilirliği yok. Yani nedir bu işte aşırı sulanmadan aşırı o alanı hazırlamak için harcanan sudan dolayı bölgenin çölleşmesi örnekleri var. Dünyada da bunun örnekleri var. Belki negatif etkilerden bir örnekte bu budur diyebiliriz. Diğer taraftan bana göre spor turizminin çok ciddi pozitif bir etkisi var. Doğa sporları aslında aynı zamanda çevre bilinç hareketliliğidir. Çünkü işte doğayla iç içe yaşamayı öğrenir doğa

sporları ile uğraşan insanlar. Diğer taraftan baktığınızda işte tesisleşme anlamında spor turizmi temaları ile tesisleşen işletmelere baktığınızda da daha yeşil, daha çevreci, daha işte sürdürülebilir tesisler yaptığını görüyorsunuz.

3.2.5. Gelişime Yönelik Engeller Kategorisine İlişkin Bulgular

Türkiye’de spor turizminin gelişimi, Türkiye’nin uluslararası spor turizmi pazar payını artıracak ve beraberinde birçok kazanım sağlayacaktır. Potansiyelin açığa çıkarılması ve sağlıklı bir ilerleme ile sürdürülmesi hedeflenmektedir. Diğer taraftan spor turizminin gelişimine yönelik sorun ve engeller de bulunmaktadır. Katılımcıların değerlendirmeleri arasında; ağır ve hantal işleyen bürokrasi, yatırımlara ilişkin ayrılan bütçenin az olması, koordinasyona yönelik çok başlılık, gelenekçi yaklaşımla ilişkili deniz-kum-güneş, ekonomik anlayışa ilişkin özelleştirme ve tekelleşme ile diplomasiye ilişkin lobi ve imaj dikkat çekici ifadelerdir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Gelişime Yönelik Engeller” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.7’de verilmiştir.



Şekil 3. 7. Gelişime Yönelik Engeller Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Araştırmaya katılanların görüşleri incelendiğinde; paydaşların özel yaklaşımı ve önyargıları, ekonomik tedbirler ve kaynak aktarımı, rant ve kemikleşmiş örgütlenmeler gibi güncelliğini koruyan sorunlara da yer verdiği görülmektedir. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

GSB-2: "Bürokratik engeller bahsedebilirim. Bürokratik önyargılar diyebilirim. Bazı konulara takılıp başka şeyin önüne geçebiliyor. Demin sorduğunuz soruda bu konunun sahibi kimdir? Spor Bakanlığını, Turizm Bakanlığı mı başlı başına bir engel. Birinin karar vermesi bir engel. Örneğin turizm teşviki kapsamında döviz kazandırıcı işlemler kapsamına alınması Ticaret Bakanlığı tarafından farklı yorumlanabiliyor. Onların kendilerine göre bir öznel değerlendirmeleri vardır. Bu şöyle aşılır; tarafların bir araya gelmesi ve bu konuları konuşması lazım. Bu sağlandığı takdirde bu engeller aşılır. Bürokratik engeller söyleyebilirim onun dışında bir engel yok."

FED-1: "Türkiye'nin aslında yurtdışında çok iyi bir imajı yok. Bunu düzeltmemiz lazım. Güvenli bir ülke olduğumuzu göstermemiz lazım. O yüzden önümüzdeki tek engelin ülkemizin tanınırlığının az olması diye düşünüyorum."

GSB-1: "Aslında ülkenin politik durumu, siyasal durum, uluslararası ilişkiler durumu önemli bir parametre. Yani ülkemiz için belki onu konuşmak lazım. Bugün konjonktür ya da yine jeopolitiğin avantaj tarafından bahsettik ama dezavantaj tarafı da var. Bölgemiz itibariyle Ortadoğu ile Avrupa'nın ortasında kalmış bir yapıdayız. Her türlü dinamikten etkileniyoruz. Belki bundan en çok etkilenen yapıda turizm yapısı. Çünkü sizin ülke güvenliğimiz, ülke huzurumuz uluslararası bunun lansmanına pozitif ya da negatif lansmanı sizin ne kadar turist çekebildiğiniz ne kadar alanı genişletebildiğinize bağlı bununla ilişkili daha doğrusu. Belki en önemli engellerden bir tanesi bu. Diğer taraftan belki alternatiflerin daha güçlü olmasına engeldir diyebiliriz. Spor turizmine alternatif alanların belki daha gelenekçi bakış açısı ile diyelim daha güçlü olması argümanından yola çıkabiliriz. Çünkü işte yine bahsettiğimiz gelenekçi anlayışla deniz, kum, güneş üçlemesi, gelenekçi bir anlayış ve bir standarda oturmuş kültür oturmuş, sürdürülebilirliği tartışılmayan, yeni bir vizyon getirilmesine ihtiyaç duyulmayan bir alan burası. Belki bu bakış açısı da önündeki engellerden bir tanesidir diyebiliriz. Bunun yanında rekabet gücü tabii ki önemli engellerden bir tanesi. Çünkü bu farklı bir destinasyon. Aslında sizin pozitif ya da negatif avantajımız diyebilirim. Dezavantajını da diyebilirim çünkü işte biraz önceki bahsettiğimiz sıkıntıları hiç yaşamayan hiç de jeopolitik konum itibariyle ülke politikası itibariyle bu sorunu hiç yaşamayan aynı zamanda ülkemiz kadar tesisleşmiş bunu alt yapı hazırlamış ülkelerle de rekabet ediyoruz. O anlamda da belki bu spor turizmin gelişmesindeki politikanın geliştirilmesinde önemli engellerden bir tanesidir diyebiliriz."

FED-6: "Her ne kadar spor turizmini geliştirmeye yönelik organizasyon sayısını hedefleseniz de bu o kadar da kolay değil. Çünkü dünyada kemikleşmiş bir sistem var ve sizin o sistem içerisine dahil olmanız o kadar da kolay değil. Burada siyasi ilişkilerin ve rantın ön planda olduğunu görebilirsiniz. Açıkçası siz bu organizasyonları düzenlemek isterseniz de bu kemik yapısı size bu organizasyonu vermeye biliyor. Örneğin teniste dünyada önemli 4 tane Grand-Slam organizasyon var. 5. olarak düzenlemek isterseniz de ve ne kadar para yatırırsanız yatırım siz bu organizasyonu düzenleyemezsiniz. Çünkü bu yapı elde etmiş olduğu başarıyı pastayı paylaşmak istemez. Bunlardan biri vazgeçer ise ancak o zaman biz böyle büyük bir organizasyon düzenleme şansına sahip olabiliriz."

AKD-5: "Belki de en büyük engellerden bir tanesi orta ve uzun vadede elde edeceğimiz kazanımların göz ardı edilerek kısa vadede elde edilecek ancak uzun vadede kazanımların olmayacağı alanlara yönelmek olduğunu düşünüyorum. Ben turizm ve sporun kazan-kazan ilişkisi ile planlı programlı ve koordinasyon içerisinde birlikte çalışması gerektiğini düşünüyorum."

GSB-4: "Spor federasyonlarımızın ürün çeşitliliğini ortaya koymada kulüplerimizin de çok büyük önemi olduğunu düşünüyorum. Ancak Türkiye'deki spor kulüplerinin yüzde 70'e yakını futbol kulübü olduğunu görüyoruz. Bu sporu ve spor turizmine hem yaygınlaştırma da önemli bir etkiye sahip olan kulüplerin varlığı bence büyük bir engel. Diğer taraftan baktığında 100 de 20'lik dilime de basketbol, voleybol gibi büyük branşların kulüplerini koyduğumuzda geriye kalan 60 federasyon için belki de sadece yüzde onluk dilim de kalan kulüp sayısı olduğunu görüyoruz. Bu sporun yaygınlaşmasında spor kültürün yaygınlaşmasında ve beraberinde spor turizmine özgü organizasyonların yapılmasında büyük bir engel teşkil ettiğini söyleyebilirim."

AKD-3: “Türkiye’de şu an spor turizmine yönelik ne gerekiyor bununla ilişkili yapıların koordinasyonu yok ya da parça parça olduğu görülmekte. Bu yüzden de problem olduğunu düşünüyorum. Örneğin Bursa Uludağ’ın bir sahibi yok! Milli parklar, Orman Bakanlığı, Bursa Osmangazi Belediyesi, jandarma bunların yetkisi var şu an Uludağ’da. Bu da beraberinde çok başlılık getiriyor. Örneğin Uludağ Dağ yönetimi gibi bir yapı oluşturularak tek bir yönetimin çatısı altında değerlendirilebilir yönetilebilir yönlendirilebilir. Yine özelleştirmelerinde çok olumsuz etkileri olmuştur. Örneğin Uludağ’da bir zamanlar karayolları, DSİ, Köy Hizmetleri ve PTT gibi kurumların misafirhaneleri vardı. Bu kurumların da her birinin bir kulübü vardı. Bu kulüplerin her birini sporcuları vardı. Bu kulüplerden önemli sporcular yetişti. Yarışmalar aracılığıyla bir hareketlilik vardı. Yine bu kulüpler yurtdışına gidiyordu. Şu an ise bu kulüpleri kapatıp bu kurumların yerlerini özelleştirdiğinizde hem kulüpleri yok ettiniz hem orada çalışan antrenörleri yok ettiniz ve sportif hareketliliği yok ettiniz. Tabii ki bunu Antalya’daki bir golf sahası içinde bir tırmanış rotası içinde ya da bir bisiklet sürüş alanı içinde düşünebilirsiniz. O yüzden de özelleştirme ile özellikle yine dağ ve kış sporları için söylüyorum, özelleştirme ile kulüpleri, orada bulunan kulüp bünyesinde antrenörleri ortadan kaldırması açısından yine burada bulunan sporcuların artık yetişmemesi açısından özelleştirme spor turizminin önünde bir engel oluşturduğunu söyleyebilirim.”

AKD-5: “Bence spor turizminin geliştirilmesinde en büyük engel aslında sporun da gelişmesinin önündeki en büyük engellerden bir tanesi olan koordinasyon sorunu olduğu düşüncesindeyim. Eğer biz sporu ve bununla bağlantılı olarak spor turizmini geliştirmek istiyorsak paydaşların bir arada doğru analizler yapması gerekir. Ülke politikasında yer alan bu alanı önceleyerek hangi kamu kurum ve kuruluşlarının hangi sivil toplum kuruluşlarının ya da özel sektörü bu alan içerisinde yer alacağını belirleyerek bir koordinasyon ve iş birliği içerisinde çalışmalar yapmamız gerektiği kanaatindeyim. En büyük engelin aslında birbirinden kopuk ya da iletişimi eksik koordinasyonu olmayan çalışmalar olduğu düşüncesindeyim.”

AKD-4: “Yetişmiş insan kaynağımızın bu alanda çalışmak üzere olmamasıdır. Çok acı bir örnek Köprülü Kanyon’a gittiğinizde belki ilkokula giden bir çocuk size orada rafting yapmak üzere eğitim vermeye kalkıyor. İnsanların yararlanacağı tesislerde ya da sportif organizasyonlarda ya da diğer bir söylemle yine spor turizminin geliştirilmesi sürecinde bu alanların değerlendirilmesi, kullanılması açısından yeteri kadar yetişmiş insan kaynağının olmaması da bir engel oluşturuyor.”

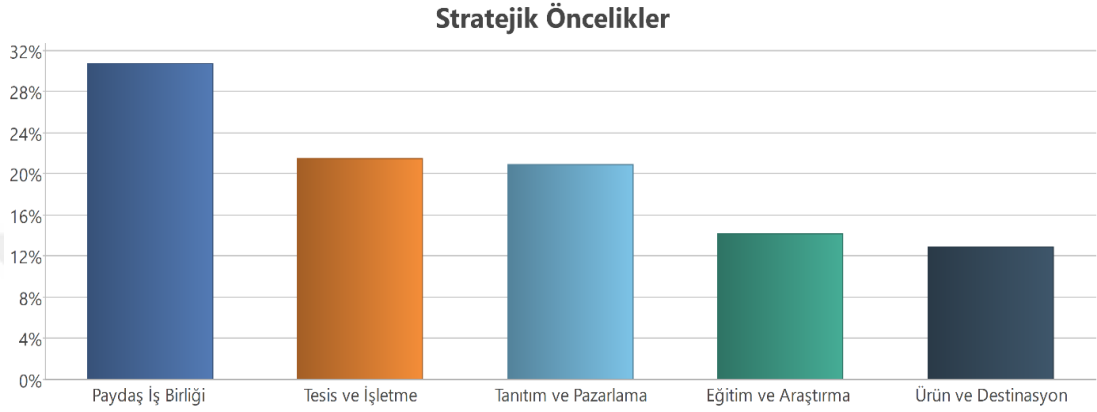
AKD-3: “Bizler elbette ki spor bilimleri fakültelerinde, spor yöneticiliği veya rekreasyon bölümündeki arkadaşlara belirli bir dil eğitimi veriyoruz, spor turizmi açısından da belki birtakım bilgiler veriyoruz ancak bu spor turizmi açısından yabancı dil sorununu ortadan kaldıran bir durum değil.”

FED-4: “Özellikle Pandemi sonrasında yaşanan dünya çapındaki kriz ile ülkeler çok büyük bir ekonomik zorluk içerisine girdiler. Biz de ülke olarak bu durumdan oldukça etkilendik. Spor turizminin geliştirilmesi sürecinde elbette ki tesisleşme ve çeşitli yatırımlar çok önemli. Ancak bu yatırım ve tesisleşmenin önemli bir maliyeti de var. Şu an spor turizminin geliştirilmesi sürecinde karşınıza çıkabilecek en büyük engelin ekonomik tedbirler çerçevesinde bu alt yapı ve tesislerin yapımının ya da mevcut tesislerin bakım onarımının ertelenmesi olabilir.”

AKD-1: “Sadece özel sektörün yapmış olduğu çalışmalarla bu işin başarılı olabileceğini ve devamının geleceğini düşünmüyorum. Devletin özellikle bu konularda teşvik edici, destekleyici konumda olması gerekir. Özel sektörün bu anlamda cesaretlendirilebilmesi gerektiğini düşünüyorum. Ancak henüz şu ana kadar bununla ilgili bir şey yapıldığı konusunda bir bilgi sahibi değilim. Kış turizmi ve kayak turizmi bu anlamda önemli bir yer olan Bursa-Uludağ belirli bir kitleye önemli derecede hizmet vermekte yine buradaki tesislerimizin ve işletmeciliğimizin katkıları çok iyi olduğu söylenebilir. Bu anlamda bu tarz tesislerimizin yapılması o bölgenin gelişimine önemli etkilere sahip. Ben bu tarzda yapılan tesislerin sayısının artırılmamasının spor turizminin gelişmesinin önündeki en büyük engeller arasında yer aldığını düşünüyorum.”

3.3. Stratejik Öncelikler Temasına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılanların görüşleri ile elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan “Stratejik Öncelikler” temasına ilişkin kategori ve kodlama istatistiği Şekil 3.8’de verilmiştir.



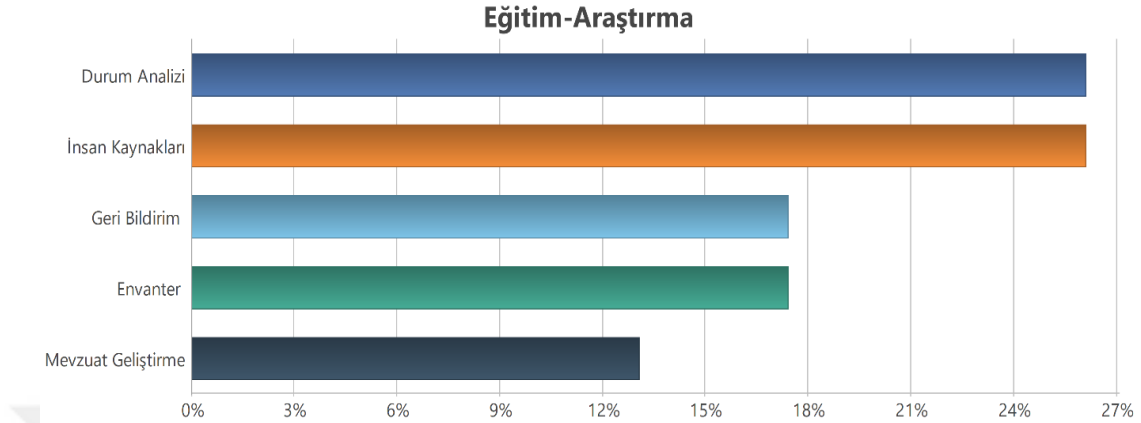
Şekil 3. 8. Stratejik Öncelikler Teması Kategorileri ve Kodlama İstatistiği

Temaya ilişkin kategoriler ve kodlama istatistikleri her ne kadar dağılım grafiğindeki yoğunlukları çerçevesinde yer alsa da kategoriler ve kategorilere ilişkin kodlama istatistikleri belirli bir sistematik içerisinde aşağıda yer almaktadır.

3.3.1. Eğitim ve Araştırma Kategorisine İlişkin Bulgular

Spor turizminin gelişimi, uluslararası pazar araştırmaları ve mevcut durumun belirlenmesi ile sektörün ihtiyaç duyduğu yasal düzenlemelerin yanı sıra ilkesel yaklaşımlara ihtiyaç duymaktadır. Araştırmaya katılanların değerlendirmelerinde; mevcut durumun çeşitli yöntemler ile analiz edilmesi ve envanter oluşturulması, uluslararası örneklerin incelenmesi ve danışmanlık hizmetlerinin alınması ile belirli dönemlerde geri bildirimlerin sağlanması gerektiği ifade edilmektedir. Sektörün gelişimine yönelik mevzuat altyapısının oluşturulması ve desteklenmesi beklenmektedir. Bir diğer önemli unsur ise sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli iş gücünün karşılanması için gerekli adımların atılması öne çıkmaktadır. Katılımcıların

görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Eğitim ve Araştırma” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.9’da verilmiştir.



Şekil 3. 9. Eğitim-Araştırma Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Katılımcıların görüşleri incelendiğinde; spor turizminin öneminin kavranması, uluslararası alandaki yerimiz, beklentilerin karşılanması, önde gelen ülkelerin politikaları, kısa-orta ve uzun vadeli planlamalar, farklı disiplinlerin dahil edilmesi ve politika uygulayıcıların koordinasyonu gibi ifadeler spor turizminin gelişimi açısından vurgulanmaktadır. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

AKD-2: “Öncelikle spor turizminin ülke içerisinde yeri ve önemi belirlenmeli. Yani bir stratejik plan hazırlanacaksa mevcut durum tespiti yapılmalı. Biz spor turizminin dünyada neresindeyiz? Ülkemizin spor turizmi gelirleri ile genel turizmdeki oranını nereye çıkarabiliriz? Bunun için mevcut altyapı ve tesislerimizin yeterli olup olmadığını belirlemeliyiz. Bunlar tespit edildikten sonra bir yol haritası geliştirilmesi gerekir ve bu yol haritası ile öncelikli olarak neye önem verilecek? Spor turizmini geliştirmek için insan kaynağı mı, tesis mi, reklam mı? Hangi strateji benimsenecek ise bunun üzerinden gerekli adımlar birer birer uygulamaya konulması gerekir. Bunları elbette ki çeşitli yasal dayanaklar ile paydaşların özellikle yerel yönetimlerin iş birliği ile yine hükümet politikaları ile destekleyerek belirli bir standart haline getirilip sürdürülebilir bir spor turizmi yaratacak noktaya getirebiliriz.”

AKD-4: “Buradaki en temel nokta insanlar spor turizmine nasıl bakıyor? Yatırımcılar bu konuda neler düşünüyor? Devlet olarak biz yatırımcılara bir güven verebiliyor muyuz? Onların beklentilerini karşılayabiliyor muyuz? Güvence onların yatırımlarını sürdürülebilir açıdan destekliyor mu?”

AKD-5: “Spor turizminin geliştirilmesi sürecinde bence öncelikli olarak doğru analizlerin yapılması gerektiğini düşünüyorum. Güçlü yönlerimizin, zayıf yönlerimizi ve bu sektördeki fırsatların değerlendirilmesi gerektiği kanaatindeyim. Spor turizminin gelişimine yönelik atılacak adımlarda ebetteki devlet politikasının ortaya konulması gerekir. Bunun yanı sıra paydaşların iş birliği düzenli olarak yapılacak çalıştaylar ve bunların raporlarının

değerlendirileceği üst kurullar oluşturulması gerektiğini söyleyebilirim. Aslında şunları söylemek isterim. Bizim öncelikle spor turizmini geliştirme sürecimizde dünya genelinde spor turizmi açısından kendini ispatlamış ve önde olan ülkelerin politikalarını ve uygulamalarını incelememiz gerekir. Bu konularda yer alacak çok farklı alanlardan, sektörlerden katılımcıların olması gerektiği yine aynı zamanda uluslararası alanda başarı sağlamış yabancı uzmanların da yer aldığı çalışmalar yapılması gerektiğini düşünüyorum.”

GSB-2: “İlk olarak mesela yasal mevzuat kısmı var. Spor turizminin ihtiyaç duyduğu şeyler var. Neyi kastediyorum, ormanlık arazilerin veya askeri arazilerin kullanılması veya işte özellikle doğa turizminin yapılacağı yerlerde alt yapıya ilişkin yatırımların yapılabilmesine izin verilmesi veya işte insan kaynaklarından tutun bir mevzuat analizinin yapılması lazım. Gereklilikler ortaya konarak buna göre yeni bir mevzuat düzenlenmesi lazım. Bu işin aslında uygulamasına ışık tutacak kısmı. Bir tane de envanterin çıkarılması lazım. Tüm spor dallarında envanterin çıkarılması gerekiyor. Bu envanter de bizim yapmayı düşündüğümüz şeylerden biri. Envanter derken organizasyon envanteri, tesis envanteri ve doğada yapılan yerler bakımından envanterin çıkarılması lazım. Bunları yaptıktan sonra ürün ve ürün çeşitliliğinin oluşturulması gerekir. Politika yapma süreçlerinde bir de uygulamaya geçtikten sonra tekrar değerlendirmeye tabi tutulup tekrar politikalar geliştirmek de gerekebilir.”

AKD-4: “Nasıl ki Avusturya kayakta bir numaralı yerse Türkiye’de bir numaralı yer neresi olacak. Örneğin Sarıkamış ve bu Sarıkamış’ın bazı ayrıcalıklarının olması gerekir. Örneğin konaklama kapasitesi yükseltilmesi gerekir. Tesis kapasitesi, parkur kapasitesi genişletecek bunun yanı sıra tesisin kapasitesine göre konaklama kapasitesinin de genişletilmesi lazım. Peki, bunları neye göre belirleyeceksiniz? Yani bu tesise ulaşmak için hangi araçları kullanacaksınız, günde kaç tane uçuş var, transferleri nasıl sağlayacaksınız, oraya varan insanların konaklama imkanları ne çerçevede olacak, onu devlet yaparken belki halkın yararı göz önünde bulundurularak uygun ve ekonomik çözümler ortaya koyacaktır da. Yatırımcıların, özel işletmecilerin bu tür tesisleri ortaya koyabilmeleri için onlara cazip fırsatlar sunmanız gerekir.”

GSB-1: “Ülke politikası dendiğinde en önemli kısım, işin mevzuat boyutu ve mevzuat altyapısıdır diyebiliriz. Bu mevzuat altyapısında birincil hedef; bu alanla iştigal eden işletmelerin ya da bu alanda profesyonelleşmiş şirketleri destekleyici mevzuat düzenlemesi, teşvik edici ve özendirici mevzuat düzenlemesi ile kuralları belirleyen sistemi regüle edilen mevzuat düzenlemesi diye belki üç parametrede düzenleyici rolünü ülkenin spor turizmi politikası anlamında belirtmekte fayda var. Ayrıca ben spor turizmi açısından şu boyutunun eksik olduğunu düşünüyorum. Bizde turizm alanında ya da spor alanında işte nitelikli insan gücü yetiştiren birçok akademik yapı var. Üniversitelerde turizm fakülteleri spor bilimleri fakülteleri ama biz sektörle böyle bağdaşık bir şekilde öğrenci yetiştirmiyoruz. Ben de akademisyen kökenli biri olduğum için rahatlıkla söyleyebilirim. Sadece turizmin tam içinde olan yapılarda belki kısmen bu ilişki var ama diğer taraflarında çok yok. Diğer alanlara gittiğinizde bugün Anadolu’nun birçok yerinde turizm fakültesi var. Tamamında belki spor bilimleri fakültesi var ama bunun önemli bir alan olduğunun farkına varıp bu alana dönük politika üretmiyoruz akademik olarak söyleyebilirim. Bizim geniş bir alanda hizmet sunabilmemiz için nitelikli insan kaynağına ihtiyacınız var.”

FED-3: “Diğer taraftan şöyle söylemeliyim nitelikli işgücüne ihtiyacımız olduğu kanaatindeyim. Belki de ortaklaşa bir programla yetiştireceğimiz iş gücümüze ihtiyacımız var. Farklı disiplinlerin bu anlamda birlikte çalışması gerekir.”

GSB-5: “Yine burada geliştirmek için halkın bilinçlendirilmesi gerekir. Buraya gelecek yurt dışından insanlar için ağırlıklı olarak hangi ülkelere geliyor ise o ülkelere yönelik yabancı dil eğitiminin verilmesi gerekir.”

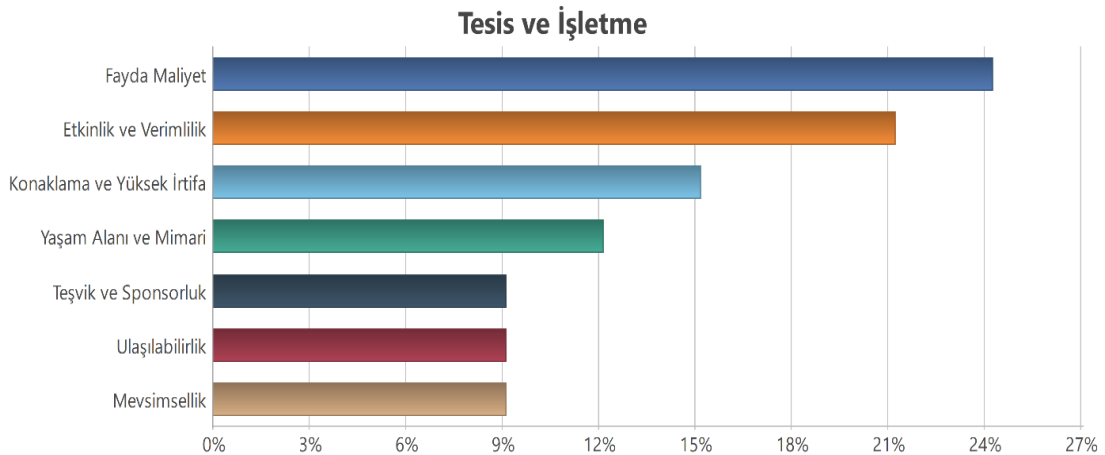
GSB-3: “Sık sık bir araya gelerek yapılan faaliyetler, yapılması gerekenler, yapılan hatalar, yapılan doğrular, bunların paylaşılması, bunların hepsinin doğru bir yol alabilmek için daha etkili, daha etkin olabilmek için faydalı olacağını düşünüyorum. Çok seyrek aralıklarla bir araya getirilip de yani öyle yapılmış olsun diye yapılan toplantılar yerine gerçekten verim

alınabilecek, sonuca ulaşılacak, neler yaptığımızı, bir nevi hatamızı da doğrumuzu da ortaya koyup yol alabileceğiniz ciddi çalışmalara ihtiyaç var diye düşünüyorum.”

FED-2: “Öncelikli olarak devlet politikası ile kısa, orta ve uzun vadeli planlamalar ortaya konulmalı. Bununla birlikte ortaya konulan planlar çerçevesinde koordinasyon ve sonuçta raporlamaları yapılması ve değerlendirilmesi ciddi anlamda ele alınması gerektiği kanaatindeyim. Burada özellikle tekrar belirtmek isterim ki marka değeri olan, sürekliliği olan, ülkemizin konumu, özellikleri itibarıyla değerlendirebildiğimiz, mevsimlere göre planlayabildiğimiz, kamu-özel iş birliği kurabildiğimiz her yıl geri bildirimlerini değerlendirdiğiniz bir spor turizmi çalışma alanı oluşturmalyız.”

3.3.2. Tesis ve İşletme Kategorisine İlişkin Bulgular

Ürün ve ürün gruplarının uygulama alanını oluşturan tesislerin yapımı, bakım-onarımı ile bu tesislerin işletilmesi önemli miktarda bütçe ve donanım gerektirmektedir. Araştırmaya katılanların değerlendirmelerinde; yatırımlar için arz-talep dengesinin gözetilmesi, bu yatırımlara ulaşılabilirlik, yapımı ile işletilmesinde fayda-maliyet analizi ve mevcut tesislerin konaklama imkanlarının artırılması ile etkin kullanımı öne çıkmaktadır. Bunların yanı sıra yatırımcıların ilgisini çekmeye yönelik teşvik ve sponsorluk düzenlemelerinin yapılması gerektiği ifade edilmektedir. Diğer taraftan bu yatırımların spor turizmine konu olacak özellikleri itibarıyla yaşam alanı ve mimari yapılarına vurgu yapılmaktadır. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Tesis ve İşletme” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.10’da verilmiştir.



Şekil 3. 10. Tesis ve İşletme Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Araştırmaya katılanların görüşme deşifrelerinde, spor turizminin gelişimine yönelik tesisleşmeye olgusal yaklaşım, branşlaşmaya yönelik tesislerin çok amaçlı oluşu, dolaylı dahil olanların ilgisi, güçlü yanlarımızın açığa çıkarılması ve ileriye dönük hedefler gibi yaklaşımların dikkat çekici olduğu düşünülmektedir. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

FED-3: “Belki çok iyi tesislere sahibiz ancak spor turizmi ayrı bir olgu olduğu kanaatindeyim.”

AKD-7: “Spor turizmi özelinde eletteki diğer branşlarda da çeşitli tesislerimiz var. Ancak yeterli olmadığı kanısındayım. Bu konuda spor turizmi özelinde diğer branşlara yönelik tesisler yapılarak doğru bir planlama ile başarılı olunabilir diye düşünüyorum.”

GSB-4: “Spor turizminin geliştirilmesi sürecinde tesisleşme son derece önemli ancak tesisleşme kastettiğim özellikle mimari olarak geliştirmemiz gerektiği düşüncesindeyim. Örneğin Bursa’da timsah şeklinde bir stadyumumuz var. Yani insanlar farklı olan şeylere ilgi gösterdikleri onları görmek istediklerini düşünüyorum. Tabii ki spor ile doğrudan ilgilenen insanlar elbette ki branşlarına göre belki de böyle farklı bir şey onlar için çok önem arz etmeyebilir. Ancak sporla doğrudan değil de dolaylı ilgilenen insanlar için bu son derece cazip ve ilgi çekici olacaktır. Bununla beraber tesislerimizin bir yaşam alanı haline getirilmesi gerektiği düşüncesindeyim. Sadece spora özgü olmamalı oraya gelen bir kişi 1 saatlik spor müsabakasının dışında bütün gününü orada geçirebileceği bir yaşam alanı olmalı. Aslında spor tesislerine de bu anlamda baktığımızda çok önemli olan çevresel imkânlarının kişiye ailesine ya da arkadaş gruplarına hitap eden bir yaşam alanı olmasına özen gösterilmesi gerektiği kanaatindeyim.”

AKD-6: “Özellikle sponsorluk kavramının geliştirilmesi ve bu tür organizasyonların yapılmasında kolaylıkların sağlanması gerekmektedir. Çünkü bu tür organizasyonlarda gerçekten hem tesis yapımı hem de imkânların sağlanması büyük bir süreç alacak ve mali açıdan büyük bir yük getirecektir. Dolayısıyla bunların en baştan planlamak, değerlendirmek ve iyi bir koordinasyon sağlanması en baştan gerektiği kanaatindeyim.”

GSB-5: “Türkiye’de spor turizminin geliştirilmesine yönelik çalışmalar için bir örnek vermek gerekirse ben şöyle düşünüyorum. Örneğin kendi memleketim olan Kars-Sarıkamış kış sporları için çok önemli bir yer ancak maalesef ki birkaç otelden öteye geçemiyorsunuz. Aynı zamanda spor ve spor turizminden ziyade genel turist kış imkânlarından yararlanmak isteyen insanları görebiliyorsunuz. Benim düşüncem eğer burada kış sporları açısından, spor turizmi açısından geliştirmek istiyorsanız öncelikle konaklama imkânlarının artırılması gerekir.”

AKD-5: “Bizim ülkemizde güreşin güçlü olduğu bir gerçek ve dünyadaki diğer ülkelerde bu gücümüzün farkında ve bizimle ikili veya büyük organizasyonlar şeklinde organizasyonlar yapmak üzere ülkemize gelmek istiyorlar ancak elimizdeki tesislere baktığımız zaman milli takımlarımızın bile en üst düzeydeki takımlarımızın bile minder ve konaklama imkanları çok kısıtlı olduğunu görüyoruz. Kullanmış olduğunuz Elmadağ Kamp Eğitim Merkezi ya da İstanbul Sarıyer’deki Kamp Eğitim Merkezi ve Bolu Aladağlardaki Kamp Eğitim Merkezi 40 ya da 50 kişilik konaklama imkanlarına sahip olan tesisler. Spor turizmi noktasında uluslararası kamplara ev sahipliği yapması, ülke için gelir getirici organizasyonlara ev sahipliği yapması çok da mümkün görünmüyor. Bu anlamda spor turizmi ile bir branş üzerinden özellikle kendi branşın üzerinden değerlendirmek gerekirse çok daha önemli tesis ve konaklama imkânı sunmak gerekir. Belirli bölgelerimizde yapılan tesislerimiz mevcut ancak bu tesislerin kapasitelerine baktığınızda 40-50 kişinin ancak antrenman kampı yapabileceğini görebiliyoruz. Örneğin güreşin antrenmanında genelde boksun dışarıda kaldığını ya da boks antrenman yaptığında tekvandocuların dışarıda kaldığını veya bir güreşin burada antrenman

yaptığı esnasında atletizmi dışarıda bırakmak zorunda kalıyoruz. Bu anlamda yapılan tesislerin konaklama imkanlarının azlığı spor turizmi açısından kazanımların sınırlandırmakta olduğunu düşünüyorum. Bu anlamda doğru analizler belirli bölgelerde belirli ihtiyaçları yine konaklama düşünülerek spor turizmine uygun hale getirerek yapılması gerektiği kanısındayım. Yine birçok spor branşında antrenman yapılmasına yönelik çeşitleme de yükseklik antrenmanında yapılabileceği yerler belirlenmeli, yüksek irtifa antrenmanları yapılacağı uygun illerimiz, bölgelerimiz mevcut buralarda da önemli tesislerin yapılması gerektiğini söyleyebiliriz.”

AKD-4: “Örneğin Türkiye’de önemli mağaralar var ve bu mağaraları Fransızlar araştırmış ilk olarak maalesef. Turizm adı altında hemen çevrilmesine rağmen sportif bir mağaracılık eylemini, organizasyonunu göremiyoruz. Dünya örneklerinde baktığınızda mağaracılık ile ilgili yatırım yapıldığında elbette ki belli bir ücret var. Tabii ki bu ücretlendirme turistik bir mağara, tarihi bir mağara ya da sportif amaçlı kullanılacak bir mağara olarak çeşitlendirilir. Ücreti de buna yönelik çok ciddi oranda artıyor. Bu da buradan elde edilecek gelirim de artmasına yardımcı oluyor. Buradaki en önemli sorun biz bu mağaranın ya da yatırımların 50 yıl sonra nerede olması gerektiğini planlayamıyoruz. Diğer taraftan yatırımcıların iştahını kabartacak alım gücü olmadığı için yatırım planlaması yapılmasında da güçlüklerle sebebiyet veriyor.”

AKD-3: “Önemli olan uluslararası bir organizasyon düzenlediğiniz de fayda maliyetin iyi hesaplanması lazım. Bir organizasyon için tek bir yerde büyük tesisler yapıp daha sonra atıl alanlara dönüşmemesi gerekir. Burada önemli olan yapmış olduğunuz organizasyon ve bu organizasyon için yapılan tesislerin daha sonra da sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekir. Yani insanlar bu organizasyondan sonra da bu tesisleri etkin ve verimli bir şekilde kullanması lazım ki spor turizminin gelişimine katkı sağlasın.”

GSB-1: “Belki turizmdeki ürün çeşitliliğini ülkenin geneline yayabiliyor olmak bizim öncelikli unsurlarımızdan belki bir tanesi olacak, belki bahsetmedik ama az maliyetle çok faydayı elde edebileceğimizi algıladığımızda öncelikli olacak ki spor turizmi de bunun örneklerinden bir tanesi. Yani şimdi bugün X doğal bir alandan sadece çadır kurarak işte belli outdoor aktiviteleri yaparak birçok turist çekip gelir elde etme şansına sahipsiniz. Az maliyet, çok fayda. Diğer taraftan işte tesisleşmeniz de fazla maliyet harcamadan daha fazla gelir elde edebileceğiniz bir yapı da var spor turizminde. Mesela bugün turizm alanları içerisinde benim bildiğim kadarıyla belki tersi vardır sonraki çalışmalarda kişi başına düşen en büyük turizm harcaması yapan alan av turizmidir. Bunu da belki spor başlığı altında değerlendirilirse av turizmi mantığıyla inanılmaz bir getirisi var. Ben Antalya’da bildiğim kadarıyla anekdot söyleyeyim; Antalya’da yasal olarak bir av bölgesi var. Antalya Akseki bölgesinde şuna çokça şahit olmuşuzdur. İşte dünyaca tanınır işte falan da medyatik ya da tanınır olmuş çok ultra zengin insanların işte özel jeti ile Antalya Havalimanı’na inip belki jetini hiç susturmadan diyebilirim belki mübalağa olacak işte Akseki de ki o giden gelmez dağları vardır, orada bir keçi avlayacak. Sadece onlar için amaç trofe’yi alıp gidiyor olması işte belki yarım günlük bir turizm yapıyorsunuz ama sizin bir spor kulübünü belki bir ay konakladığınız da elde ettiği gelirden daha fazla geliri o bir iş ile yapıyorsunuz. Bu da aslında şu öncelik, önceleme anlamında şu anlama geliyor; biz kişi başına düşen faydayı belki en çok spor turizminden elde ediyoruz. Ya da en çok elde ettiğimiz turizm alanlarından bir tanesi spor turizmi. Bu da aslında spor turizmi önceleminin önemli faktörlerden diyebiliriz.”

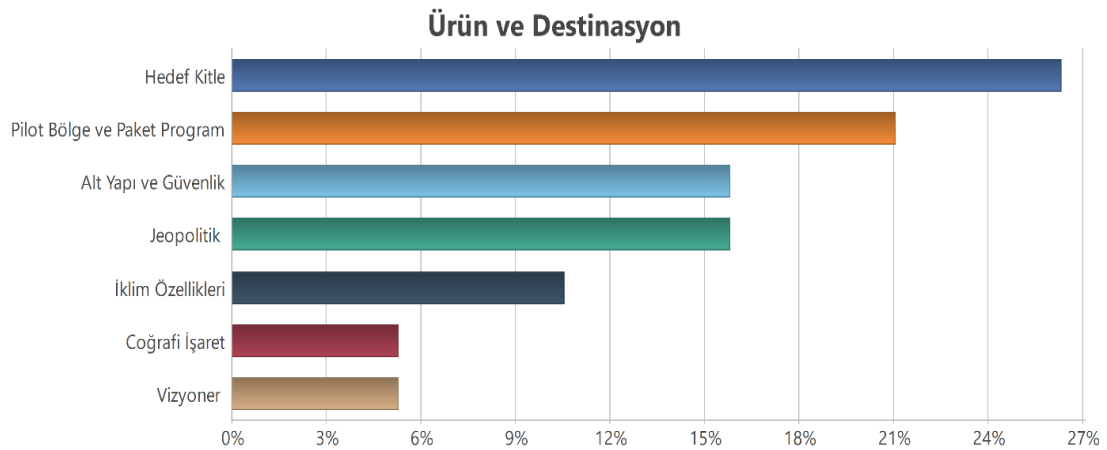
GSB-2: “Organizasyonlar boyutuyla dünya literatüründe şu da var. Beyaz fillerden bahsederek organizasyonların ülkelerin ekonomilerine olumsuz etki yaptığı söylenir. Pek çoğunda da bu doğrudur aslında. Ancak Anglosakson ekolünde İngiltere örneğine bakıldığında zaman bunun tersini görebiliriz. Mesele şudur organizasyon yapılırken yer seçiminden tutun zamanına kadar her şey planlanır. Gelir getiren bir faaliyete dönüştürülmesi için gerekenler yapılır. İngiltere örneğinde şöyle anlatılır okumalarımın birinden hatırladığım kadarıyla, İngiltere alt yapısını yenileştirmek, metro ağını ve yolları için yatırım gerekiyor. Bu yatırımı yaparken olimpiyatlara da eş zamanlı veya sonrasına koyarak hem olimpiyat için gereken ihtiyaçları, altyapıyı hazırlamış hem de gelen turistler ile bunun belli bir kısmının geriye döndürülmesi sağlanmış. Ayrıca kalıcı yapılar yerine prefabrik inşaatlar kullanılarak

sonrasında bunu Pekin olimpiyatlarından kiralandığını duymuştum. Bu bir planlama meselesi ama beyaz fil olduğunu gözden çıkarmamak lazım, organizasyonların fayda maliyet analizini iyi yapıp yer seçiminin iyi yapılması lazım.”

FED-4: “2005 üniversite oyunları için yapılan İzmir’de tenis tesislerimiz var ve biz bu tesisleri Uluslararası Tenis Federasyonu için bir kamp eğitim merkezine dönüştürmeye çalıştık. Ancak bu tesislerin bakım onarımı ve yeniden canlandırılması o kadar maliyetli ki bütçemize aşan durumda oldu ve biz bunu yapmaktan vazgeçtik. Türkiye’de spor turizminin geliştirilmesi sürecinde tesisleşme elbette ki önemli ancak bu tesislerin doğru planlanması ve fayda-maliyet analizlerinin doğru yapılması gerektiği kanaatindeyim. Mümkünse birçok branşın yani çoklu branşın yapılabileceği ve dönüştürülebileceği tesisler yapılması gerekir. Bu şekilde maliyetler, işletme maliyetleri daha aşağı çekilecektir.”

3.3.3. Ürün ve Destinasyon Kategorisine İlişkin Bulgular

Dünya genelinde ulaşım imkanlarının artması ile hareketlik, bakış açısındaki değişim ile tercihler farklılaşmaktadır. Spor turizmine özgü ürün geliştirme ve destinasyon belirleme, sektörün gelişimi için önem arz etmekte ve tercih edilme noktasında öne çıkmaktadır. Araştırmaya katılanların değerlendirmelerinde; spor turizmine yönelik ürün ve destinasyon belirlemede paket programların oluşturulması, jeopolitik durumun gözetilmesi, iklim özelliklerinin değerlendirilmesi, güvenlik açıklarının kapatılması, pilot bölgelerin belirlenmesi ve vizyoner yaklaşım ile sürdürülebilirliği öne çıkmaktadır. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Ürün ve Destinasyon” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği grafik 3.11’de verilmiştir.



Şekil 3. 11. Ürün ve Destinasyon Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Katılımcıların ifadelerinden elde edilen bulgular incelendiğinde; coğrafi işaret, ürün uygulamalarına yönelik eğitim, dezavantajlı gruplar, uygulama dışı faaliyetler, yöreye özgü çeşitliliğin artırılmasının yanı sıra farklı turizm unsurları ile ortak çalışmalar dikkat çekmektedir. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

GSB-2: “Esas kısım bizim elimizde ne olduğuna yani ürüne ihtiyacımız var. Ürün ortaya konulması lazım. Üründen kastım şu değil sadece rafting yapılması değil veya sadece kamp yapılması değil. Mesela kamp yaptığınız zaman bunun içerisinde kamp yapan sporcunun yanında ailesini de getirip ürün yapabiliyorsanız veya kamp yaptığı süre içerisinde bu sporu günün 24 saati yaptırabilirsiniz, bir iki saat yaptıktan sonra neler yapacağı. İşte bir iki saat rafting yaptıktan sonra günün geri kalan kısmını nasıl değerlendirecek. Turist tarihi eserlere mi gidecek ya da başka türlü aktiviteler mi yapacak bunların ürüne eklenmesi ya da paketlenmesi lazım. Ürünlerin oluşturulması lazım. Bu aslında spor dalları bağlamında veya coğrafi olarak da ortaya konulması lazım. Rafting için bilinen 50 güzergâh olabilir ama belki de 150 tane vardır.”

AKD-4: “Spor turizminin geliştirilmesinde politika ve stratejilerin belirlenmesi açısından önceliklerimiz ilk olarak toplumsal bir farkındalık oluşturulması gerektiği kanaatindeyim. Bununla bağlantılı olarak destinasyonlar, organizasyonların yapılacağı düzenleneceği yerler belirlememiz gerekir. Örneğin biliyorsunuz ki Fethiye’ye gittiğinizde yamaç paraşütü yapabilirsiniz. Orada bir coğrafi işaretlemenin yapılması gerekir. Yani nasıl ki Kayseri’ye gittiğinizde mantı yemek istersiniz ya da Antep’e gittiğimizde kebab yemek istersiniz spor ve spor turizminde de ürünün çeşitliliğine bağlı olarak bir coğrafi işaretleme olması gerekir.”

GSB-1: “Spor turizminin destinasyonu olarak bence çok geniş bir alana sahibiz. Türkiye olarak dört iklimin aynı anda yaşandığı bir ülkede yaşıyoruz. Bunu sportif anlamda düşündüğünüzde belki her spor disiplini sektörüne hitap edecek bir jeopolitik konumumuz var diyebilirim. Örneğin biz hep turizm dediğimizde Antalya aklımıza gelir ama halbuki bugün Tokat’a gidin spor turizmi anlamında söyleyebilirim ki Antalya’dan daha çok fayda sağlayabileceğiniz bir destinasyon var orada. Doğa turizmi diyebilirsiniz, yayla, kültür turizmi içerisine sporu ekleyebilirsiniz. İşte o sporun bir parametresi olan irtifa kamplarını diyebilirsiniz ama bunun farkında değiliz açıkçası. Belli bir yere sıkıştırmışız olayı. Misal turizm dediğimiz işte bir otel, yanında bir tesis, sportif aktivite varsa sportif aktivite olarak düşünüyoruz. İşte oradaki spor türünün kendi içindeki ürün çeşitliliğini de biraz önce bahsettik ama onun Anadolu’ya yayılacak politikasında düşünmemiz lazım. Bunu destekleyecek tüm unsurların da bu algıyla yürümesi lazım. İşte yerel yönetimler dedik, belki valilikler gibi merkezi yönetimin uzantısı olan, akademik camia dedik işte ne bileyim yatırım teşviki dedik, işte politika geliştirme dedik, bunu da belirtmekte ve algı oluşturmakta fayda var.”

FED-6: “Spor turizmine yönelik özellikle ülkemizin gerek coğrafi gerekse iklim özellikleri göz önünde bulundurularak o branşlara yönelik ürünler ortaya koymamız gerektiğini düşünüyorum bu bağlamda rekabetçi olabileceğimiz kanaatindeyim.”

AKD-2: “Aynı zamanda tüketicilerin özellikle spor tüketicilerinin çeşitliliği göz önünde bulundurarak hangi noktalarda keyif alarak buralara katıldıklarını veya spor turizmi gerçekleştirmek amacıyla oraya geldikleri tespit edilmeli ve dolayısıyla bu hedef kitleye yönelik ürün çeşitliliği ve yelpazesi olarak sunulmalıdır.”

AKD-1: “Bizim rüzgâr sörfü yapma imkânı tanıyan sahillerimiz var. Beraberinde yüksek debiye sahip akarsularımız var. Bizim burada yapacağımız en önemli önceliğimiz ürün çeşitliliğimizi artırmaktır. Destinasyonlarımızı bu ürünlerin en iyi şekilde gerçekleştirilebileceği yerleri belirleyerek tanıtımlarınızı gerçekleştirebilir ve spor turizminin

gelişimine çok önemli katkılar sağlamış oluruz. Öncelikle iç turizmde bu yapıların oluşturulması gerektiğini söylemeliyim. Pilot çalışmalar yapılmalı daha sonrasında spor branşları aracılığı ile ürün çeşitliliğinin artırılması en iyi yapılabilecek destinasyonların belirlenmesi ve bunların uluslararası düzeyde tanıtılması ve pazarlanması ile spor turizminin gelişimi sağlanacaktır. Tabii ki devlet bunu bir politika haline getirip belirli bir dönem içerisinde değerlendirip desteklemesi gerekir diye düşünüyorum.”

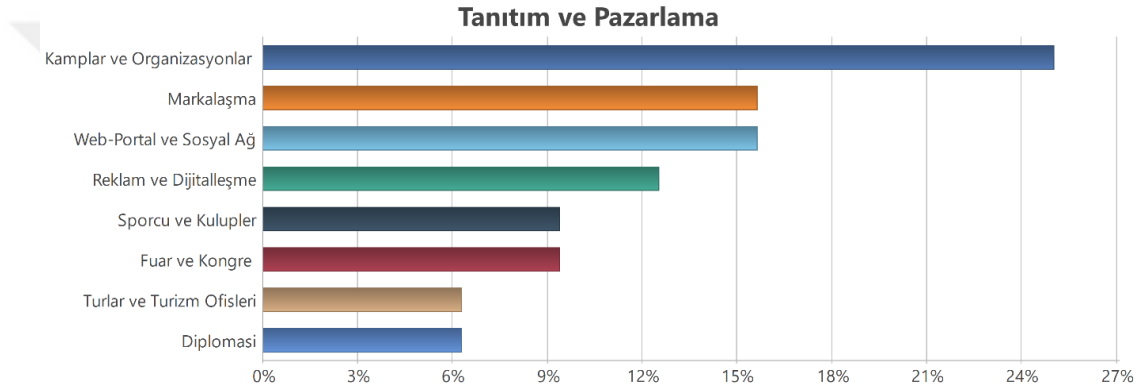
AKD-4: “Doğa sporları destinasyonu örneğini, akarsu sporları destinasyonu mesela Artvin'deki Çoruh nehri zorluk derecesi olarak dünya çapında bir yer. Öncelikli eğitici altyapısının olması gerekir. Destinasyonlar için ürün çeşitliliği ve tanımlamalarının yapılması lazım. Burada önemli olan hangi tür ürünü nerede gerçekleştireceğinizin yanı sıra bu ürünlerin hayata geçirme sürecidir. Daha sonrasında sürdürülebilir olması açısından yatırımcılara da güven veren alt yapıların ve imkanların sunulması lazım. İskoçya'ya gittiğinizde orada aslında çok doğal bir göl var ve o göl etrafında çeşitli aktiviteler organizasyonlar düzenlenebiliyor ancak spor turizmi ile ilişkili olan bağının yanı sıra burada İskoçlara özel kıyafetlerin, yiyecek ve içeceklerin pazarlandığını görüyorsunuz. Her türlü tedbirin alındığını görüyorsunuz. Bizde örneği Nemrut orada trekking organizasyonun ya da turmanış organizasyonunu düzenlendiğini düşünün. Konaklama olsun, güvenlik olsun birçok şeyin eksik olduğunu görebilirsiniz.”

GSB-1: “Aslında bu anlamda gelenekçi bir yapıdayız. Gelenekçi mantıkla düşündüğümüzde ticari olarak biz de şu algı var, birisi bir şey yapıyorsa biz onu tekrar ediyoruz. Yeni ürün çeşitliliğine çok böyle yakın değiliz ya da o bu vizyona daha geç sahip oluyoruz. Şimdi bu anlamda baktığınızda ürün çeşitliliği aslında istenen belli seviyede değil ama giderek de hızla artıyor. Bugün spor turizmi açısından ürün çeşitlerine baktığınızda bir rekreatif alan da bir ürün çeşitliliği var zaten. İşte doğa turizmi gibi işte yayla turizmi gibi işte kültür turizmi gibi doğa turizmin içerisinde tabii birçok parametre var. Yani onu belki açmakta fayda var. Bugün Ayder'e gidiyorsunuz, heliski yapan insanları görebilirsiniz. Belki bir otelde yüz tane turist harcamayacağı maliyeti bir kere de harcamayacak, harcamayabilen bir destinasyon çeşidinden bahsediyoruz. Diğer taraftan yine ülkemizin birçok yerinde yapılan rafting etkinliğine bakıyorsunuz, bir günde yüzlerce, binlerce insanın spor turizmi adı altında ya da sporunun bu destinasyon çeşitliliği adı altında bu alandan faydalandığını görüyorsunuz. Spor turizmi dediğinizde aslında önemli bir algı yanlışlığı sadece futbol üzerinden spor turizmi okuyoruz biz. İşte kaç takım geldi, kaç takım gitti. Ama bugün baktığınızda işte Avrupa'nın birçok yerine aileleri ile rekreatif amaçlı spor yapmak isteyen birçok hareketliliğe dahil olan turizme dahil olan insanlar var. Dünyanın her yerinde var. Maceracı bir ruhu artık işte bireyselleşmenin getirdiği pozitif etki, maceracı bir ruhla dünyayı gezmeye çalışan insanlar var. Bunun zemini hazırlayacak belki politikamız yok. Mesela birçok yere gidiyorsunuz, sadece tenis temalı tesisleri görüyorsunuz ya da engelli sporuna yönelik bu önemli bir şey. Engelli sporuna yönelik bütün tesisin dizayn eden işletmeler görüyorsunuz. Onun yanında işte futbol bu destinasyonun belki en önemli çeşitliliği en önemli kaynağı diyebiliriz. Sadece futbola yatırım yapmış büyük tesisler olduğunu görüyorsunuz. Burada branş bazlı ya da hedef bazlı destinasyon çeşitliliği var aslında. Ama bu zenginleştirilebilir mi evet zenginleştirir çünkü işte ilk baştan bahsettik işte coğrafi konumdan özellikten bahsettik, bunu fırsata çevirebiliriz. Mesela benim için özel olan diyelim kamp turizmi, mesela inanılmaz bir alan. Bunu oryantiring ile ya da diğer yan doğa etkinlikleri ile eşleştirdiğinizde birçok başka destinasyon çeşitliliği ortaya çıkıyor. Bunlardan da faydalanmak ve faydalandırmak ile ilgili politika geliştirmek lazım diye düşünüyorum.”

3.3.4. Tanıtım ve Pazarlama Kategorisine İlişkin Bulgular

Spor turizminin gelişim sürecinde tanıtım ve pazarlama uluslararası alanda rekabet edebilirlik açısından önem arz etmektedir. Sektörün büyüklüğü ve bileşenleri

düşünüldüğünde mevcut durumun korunmasının yanı sıra artırılmasına da katkı sağlayacaktır. Araştırmaya katılanların görüşleri değerlendirildiğinde; profesyonel bakış açısı, markalaşmaya yönelme, uluslararası kuruluşların aracılığı ve dış misyonların etkinliği ifade edilmektedir. Sporcular, kulüpler, kamplar ve organizasyonlar bu sürece dahil edilmelidir. Tanıtım turların düzenlenmesi, turizm ofislerinin yaygınlaştırılması, dijitalleşme ile günümüzde öne çıkan sosyal ağ ve portal kullanımı dikkat çekici öneriler olarak sunulmaktadır. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Tanıtım ve Pazarlama” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.12’de verilmiştir.



Şekil 3. 12. Tanıtım ve Pazarlama Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Araştırmaya katılanların görüşleri incelendiğinde; spor turizminin gelişimine yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin önemi vurgulanırken, özellikle mevcut değerlerimizin ön plana çıkarılmasına yönelik adımlar, pazar çeşitliliğinin artırılması için faaliyetler ve uluslararası organizasyonların sayıca artırılmasının yanı sıra sürekliliğinin de sağlanmasına yönelik ifadeler dikkat çekmektedir. Ayrıca kamu diplomasisinin önemi birçok noktada vurgulanmaktadır. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

FED-5: “Spor turizminin geliştirilmesi sürecinde dijitalleşmenin de çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bu konuda bakanlığımızın da çeşitli çalışmaları var ve ben bunu çok önemli buluyorum. Çünkü 60’ın üzerinde spor federasyonuna sahibiz. Bu spor federasyonlarımız gerek yurt içinde gerekse yurt dışındaki birçok faaliyete katılıyor aynı zamanda uluslararası federasyonların takvimlerinde yer alıyor. Bazılarını ülkemizde düzenleniyor ama maalesef bunları insanlarımıza duyurmak noktasında sıkıntılarımız var. Spor turizmi açısından değerlendirdiğimizde eğer dijital platformda bunun yanı sıra reklam, tanıtım ve pazarlama noktasında bu ürünlerin gerçekleştirileceği yerler noktasında eksikliklerimiz var. Eğer spor ve

spor turizmi gelişsin istiyorsak tanıtımı için ürünlerimizi dijital ortamda çağın gereklilikleri ile sunmamız gerekir.”

GSB-1: “Şimdi bakıyorsunuz birçok sportif fuarda turizm tanıtımı yapılıyor. Birçok akademik kongrede spor turizmi ile ilgili envanterler tanıtılıyor. Pazar çeşitliliği aranıyor, pazar paylarına talip olunuyor. Bir de aslında belki bizim eksik kısmımızdan bir tanesi pazar payında pazarı genişletmek anlamında, bu global şirketlerle çok içli dışlı değiliz. Biraz daha işi yerel yöntemlerle yürütmeye çalışıyoruz. Siz ne kadar global ağlarda etkin isiniz, işte turizm ağlarında etkinseniz, ne kadar tanınırlığı olan kurumsallaşmış ağlar da etkinseniz, pazar payı da hem genel turizm içinde hem de spor turizmi için o kadar genişliyor diyebiliriz. Devlet teşvikine ihtiyacınız var, uluslararası pazarlama gücüne, uluslararası prestij gücüne ihtiyacınız var ve aslında en özelde belki spor diplomasisi gücünüze ihtiyacınız var. Yani bu da dış misyonlarımızın bu anlamdaki eğilimi işte sizin spor anlamında yaptığınız uluslararası diploması trafiğiniz bile bu destinasyonu ve süreci etkileyen bir yapı diyebiliriz. Aslında en iyi pazarlama yöntemlerinden bir tanesi, ülkemizin yaptığı uluslararası organizasyonlar. Yani ülkemizin spor altyapısını tanıtılabildiğimiz, sportif potansiyelini tanıtılabildiğimiz bunu turizme mal edebileceğimiz uluslararası organizasyonlar. Bunlar çok önemli bir kaynak. Uluslararası büyük organizasyonları incelediğiniz de birincil gelirler diye bir kalem vardır. Bu direkt hesaplanabilir gelirlerdir. Yani işte bilet parasıdır, sponsorluk gelirleridir işte tesis kullanım bedelleridir ve konaklama ücretleridir gibi ama en önemli kısmı ikincil gelirler dediğimiz tanıtıma dairdir. İşte tanınırlığına dair gelirler diyebileceğimiz belki burada işte pazarlamanın önemi ön plana çıkıyor. Belki bana göre, pazarlamanın en önemli araçlarından bir tanesi, yaptığımız uluslararası organizasyonlardır.”

GSB-4: “Ürün çeşitliliğimiz organizasyonlarımız halkın ilgisini çekecek nitelikte olmalı, halkımızın, insanlarımızın yararlanabilmesi için çeşitli turların düzenlenebildiği organizasyonlar gerçekleştirilmelidir. Sırf o organizasyonun izlenebilmesi için herhangi bir şehrimizden hatta yurtdışından turlar kampanyalar düzenlenebilir, spor turizminin geliştirilmesi için yapılabilir.”

GSB-5: “Ürün çeşitliliği anlamında örneğin Erzurum'da Atatürk Üniversitesinin sporcu performans ölçümüne yönelik inanılmaz güzel bir tesis oluşturuldu. Ancak bunu Türkiye'de üniversiteler dahi belki hemen hemen hiç kimse bilmiyor. Yurtdışından ise Erzurum'a yakın İran, Azerbaycan ve Gürcistan gibi ülkelerden gelen spor kulüpleri burada sporcularının performans testlerini yaptırıyor. Yurtiçinden de çok sınırlı sayıda şehrimizden ya da kulübümüz burada ölçüm için geliyor. Bunun en önemli sebebi bu kadar önemli bir merkezin tanıtımının yeterli düzeyde yapılamaması, reklamın olmaması yani kısaca pazarlamanın unsurlarının gerçekleşmemesi diyebiliriz.”

AKD-7: “Spor turizmi açısından ele alıp değerlendirdiğimizde ebetteki dünya şampiyonaları var. Ancak en önemli organizasyonun her zaman olimpiyatlar olduğunu düşünüyorum. Belki de hiç de fazla tanınmayan bir ülkenin ve şehrin özellikle de olimpiyatlar aracılığı ile tüm dünya tarafından tanınan ve bilinen bir ülke haline, bir şehir haline geldiğini görebiliyoruz. Bu da tanıtım açısından çok güzel bir araç olduğunun göstergesidir. Bunu doğru şekilde planlayıp hayata geçirebilirsiniz ülkemizin tanıtımı hem de ülkeye gelecek olan turist sayısındaki artış ile ekonomik anlamda ciddi getirenlere sahip olabilirsiniz diye düşünüyorum. Buna ülkemizden bir örnek vermek gerekirse marka sporcu, marka kulüp ve değerleri anlamında halter branşında Naim Süleymanoğlu'nun hala etkisinin çok yüksek olduğu düşüncesindeyim. 2012 Londra Olimpiyatları'nda başarılı sporcularının isimleri sokaklara verilirken ülkemizden ilk olarak Naim Süleymanoğlu'nun verildiğini görüyoruz ve marka bir isim olduğunda bunun dünyanın her yerinde çok büyük etkiye sahip olduğunu hatta Olimpiyatlarda bile bir öncelik halinde bulunduğunu görmek mümkün.”

AKD-1: “Baktığınızda dünyanın en fazla seyirci çeken sportif organizasyonunun Fransa bisiklet turu olduğunu görüyorum. Fransa bisiklet turu 3 hafta sürüyor yaklaşık 21-22 gün. Bu 21-22 günlük süreci yaklaşık 2 milyon insanın izlediği söyleniyor. Sabit bir seyircinin biletti seyircinin olmadığı bu organizasyon sadece oraya katılan sporcuları izlemek için görmek için gelen seyirciden bahsediyorum. Hatta öyle ki ünlü bir tepe tırmanışı sırasında seyirciler bir

hafta öncesinden karavanları, araçları ile gelerek sadece sporcuların oradan geçişi 5 dakikalık bir süreci izlemek için takip ediyorlar ve bu beraberinde bir etkileşim bir şenlik havası oluşturuyor. Bizde ülke olarak bu modelde organizasyonlar düzenlemeliyiz. Spor organizasyonlarının çeşitliliğini bu anlamda çok önemli olduğunu düşünüyorum. Ancak bu şekilde biz futbol takımlarının sezon ortasında Antalya'yı tercih ettiği durumdan kurtulabiliriz. Bu sportif organizasyonlarında spor turizmine uygun şekilde dizayn edilmesi gerektiği kanısındayım. Yine Fransa bisiklet turundan örnek vermek gerekirse, Fransa bisiklet turu sadece insanların bu organizasyonu izlemeleri için oraya akın ettiği bir organizasyon olmaktan öte, sadece bir sportif organizasyon için bir yerden bir yere gidilmesi olarak değerlendirilmemelidir. Fransa bisiklet turu 21 etaptan oluşuyor. Bu her biri farklı şehirler arasında koşuluyor. Hem helikopter hem araçlarla bu etaplar arasındaki kısımlar çevre çekimi yapıyor ve bu aynı zamanda o bölgelerin tanıtımına katkı sağlıyor. O bölgenin tarihi güzellikleri, doğal güzelliklerini ve o bütün bitki örtüsünü göstererek bir sonraki organizasyon için hem izleyicilerin bu bölgeye gelmesini sağlarken diğer taraftan bu güzellikler aracılığıyla insanlar tatillerinde yapmaları için fikir sahibi olmalarını sağlıyor. Örneğin Fransa bisiklet turunun elbette ki karşılığı olamaz ancak bir haftalık bir tur olarak Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turunu örnek verebiliriz. İstanbul-Akdeniz arasında ağırlıklı olarak etkinlik gerçekleştiriyoruz. Biz bu etkinlikleri çeşitlendirilebilir ve bu etapların yapıldığı bölgelerin tanıtımını doğru şekilde gerçekleştirebiliriz. Yine bisiklet turu için değil sadece Ralli, Formula 1 gibi büyük kitlelere hitap eden organizasyonları da gerçekleştirirken yapacağımız tanıtımlar ile yukarıda bahsettiğim turizm çeşitlemeleri de ekonomik anlamda ciddi kazanımlara sebebiyet verecektir.”

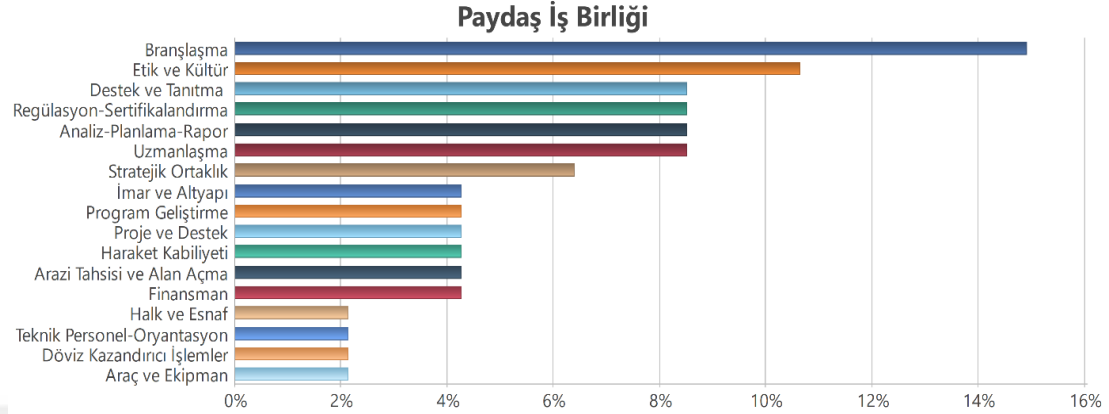
GSB-4: “Benim kendi tecrübemden yararlanarak şöyle ifade etmek isterim yurtdışına gittiğinde sportif bir organizasyona katıldığında yani çok amaçlı salonlardan bahsediyorum burada müsabaka bittiğinde doğrudan çıkış kapısına yönlendirilmiyorsunuz. Burada çıkışa kadar sizi aslında o ülkenin ürünlerinin tanıtıldığı özel şeylerin paylaşıldığı bir alandan geçiyorsunuz. Yine küçük maskotların satıldığı organizasyon özelliği ürünlerin olduğu bölümden geçiyorsunuz. Anı olarak fotoğraf çekebileceğiniz ve yanınıza götürmek isteyeceğiniz magnetlerin olduğu çeşitli ürün ve araçların bulunduğu bir alanda bulunuyorsunuz. Bununla birlikte o anı orada bulunduğunuzu ölümsüzleştirme imkânı buluyorsunuz. Fotoğraf çektilerinde ya da oradan bir ürün satın alarak bunu yaparken oradaki spor turizmi ve sportif bir organizasyon aracılığı ile ekonomik anlamda kazanımların sağlandığını görmek mümkün.”

FED-1: “Alanya’da biz federasyon olarak bir turizm ofisi açmayı planlıyoruz. Hem uluslararası anlamda federasyonlar ile iletişim kurup hem de orayı tanıtip birçok federasyonla farklı ülkelerden sporcularla orada kamp yapmasını istiyoruz.”

3.3.5. Paydaş İş Birliği Kategorisine İlişkin Bulgular

Türkiye’de spor turizminin 11. Kalkınma Planında yer almasıyla birlikte başlatılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda farklı sektörlere konu olduğu da görülmektedir. Araştırmaya katılanların görüşlerinde; kurum ve kuruluşların alanlarına giren görev ve sorumlulukları çerçevesinde analiz ve planlama, imar ve altyapı, proje ve destek, finansman, koruma ve alan açma, döviz kazandırıcı işlemler, araç ve ekipman, sertifikalandırma, oryantasyon, teknik personel, etik değerler, program geliştirme ve hareket kabiliyeti kazanımı gibi unsurlara yer verilmiştir.

Katılımcıların görüşleri doğrultusunda oluşturulan “Paydaş İş Birliği” kategorisine ilişkin kodlama istatistiği Şekil 3.13’te verilmiştir.



Şekil 3. 13. Paydaş İş Birliği Kategorisine İlişkin Kodlama İstatistiği

Örneklem grubunu oluşturan katılımcıların kendi çalışma alanları doğrultusunda ağırlıklı olarak ifadelerde bulunmalarının yanı sıra, kamu kurum ve kuruluşları, özerk ve bağımsız idareler, sivil toplum örgütleri, çeşitli fon ve vakıflar ile özel sektöre yönelik önerileri dikkat çekmektedir. Ayrıca kamu-özel ortaklığının spor turizminin gelişimi üzerine önemi vurgulanmaktadır. Katılımcıların görüşlerine ilişkin bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.

AKD-3: “Her şeyden önce bizim ilköğretimden itibaren spor kültürünü aşılamamız lazım. Çünkü spor turizminin de ilk önceliği yani bu hareketliliği sağlamanızın temelinde eğitim içerisinde spor kültürünün verilmesi ile başlayacaktır. Bu elbette ki ilk okuldan itibaren Millî Eğitim Bakanlığının çalışmaları ile olacaktır. Eğitim yönüyle önemli yapılardan biri de üniversitelerimiz. Bu anlamda diğer kurum ve kuruluşları yönlendirebilir, yetiştirmiş oldukları nitelikli iş gücü ile bu alanın daha ileri gitmesine, sistemin gelişmesine katkı sağlayabilir. Örneğin Türkiye'deki Golf Federasyonu birkaç üniversitede bulunan arkadaşımız ile benim de golf antrenörlüğünü almamızı sağladı. Bize golf oynamayı öğretti. Bizde bir süre sonra golf'ü seçmeli ders olarak açtık. Bunun sonucunda benim de antrenör olarak hoca olarak eğitmenliğini yaptığım öğrencilerimizden 2 tanesi golf antrenörü olarak Antalya'da işe başladı. Bu anlamda özellikle spor bilimleri alanında eğitim programlarını spor turizmine yönelik oluşturmamız gerekiyor. Spor bilimleri fakültesi içerisinde yer alan spor yöneticiliği bölümlerinde de bu alana yönelik uzmanlıklar verilmesi gerekiyor. Örneğin bir spor salonunu yönetmek, bir golf alanını yönetmek, bir dağ tesisini yönetmek için uzmanlıklar gerekir. Bu beraberinde spor turizmini geliştiren ve ileriye götüren durumlardır. Eğer bu tesisleri iyi yönetemiyorsanız buralarda çalışan insanların kalifiye değilse o zaman siz spor turizminin gelişmesinin önüne geçiyorsunuz hatta baltalıyorsunuz demektir.”

GSB-2: “Gençlik ve Spor Bakanlığı üzerinden ürünlerin mesela bu sporların yapılabileceği envanter oluşturulması gerekir. Teknik detaylar konusunda tek makam orasıdır. Regülasyonlarından tutun tanıtım, pazarlama kısmına kadar da Kültür ve Turizm Bakanlığına

aittir. Mantıklı görünen o çünkü mesela spor dostu oteller konsepti geliştirildiğinde bunun sertifikalandırılması onlara ait olacaktır ve benzeri pek çok alanda destinasyonların oluşturulması, ürün çeşitliliğinin artırılması konusunda tecrübelerinden dolayı olmazsa olmaz paydaşlardan bir tanesi Kültür ve Turizm Bakanlığıdır. Pazarlama için turizmi kastediyorum tanıtım ve destek ajansı çok önemli bir rol alıyor. Turizm bakanlığının altında da sayabiliriz. Diğer bir açıdan Tarım ve Orman Bakanlığı hem koruma hem alan açma anlamında, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı da ha keza çevre konusunda veya arazi tahsisleri ile tesislerin yapılması konusunda aklıma gelen spesifik kurumlar bunlar. Ticaret bakanlığının da önemli bir tarafı var çünkü spor turizmini teşvik etmenin bir yolu da spor turizmini döviz kazandırıcı işlemler kapsamına alıp teşvikler geliştirilebilir.”

FED-3: “Gençlik ve Spor Bakanlığının, Federasyonlar aracılığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı ise Tanıtma Fonu aracılığıyla çok önemli katkılar sağlayabilir. Örneğin 2017 yılında ülkemizde, Samsun’da düzenlenen İşitme Engelliler Olimpiyatlarında bu iki kurumun çok önemli rolü olduğunu görüyoruz. Gençlik ve Spor Bakanlığımız ile İşitme Engelliler Spor Federasyonumuzun yanı sıra Kültür ve Turizm Bakanlığımız, Tanıtma Fonu aracılığı ile çok önemli bir destek aldık. Seksene yakın ülkeden 1700’ün üzerinde sporcu ve bir o kadarda sporcuların yanında spor kafilesinin geldiğini gördük. Çok büyük destek olmuştu.”

AKD-6: “Dışişleri bakanlığımız ve dolayısıyla büyükelçilikler aracılığıyla ülkemizin tanıtımı, ülkemizde düzenlenecek organizasyon tanıtımı açısından çok önemli görevler üstlendiğini söyleyebilirim. Diğer taraftan turizm ataşelerimiz çok önemli misyona sahipler. Sadece turizmle ilgili tanıtımlar değil ülkemizin güvenli bir yer olduğu konusunda da önemli çalışmalar yapmaları gerekiyor. Eğitimli bir kitle olduğumuzu, güvenli bir ülke olduğumuzu, spora yönelik çok çeşitli merkezlerimizin olduğunu sürekli vurgulamaları gerekir. Elbette ki eğitim noktasında da üniversitelerimize çok önemli görevler düşüyor. Spor turizmi konusunda çok yoğun bir program geliştirmeleri gerekiyor. Nitelikli işgücüne ihtiyaç duyulduğu noktada üniversitelerimizin devreye girmesi gerekiyor. Buralarda görev yapacak kaliteli işgücüne üniversiteler aracılığı ile ulaşılabilceği kanaatindeyim. Sadece spor bilimleri değil aynı zamanda turizm fakültelerinin ortaklaşa yapacakları özellikle bu yörelerdeki okullarımızın ortaklaşa programlar geliştirmesi gerektiğini düşünüyorum. Örneğin Polonya’da spor bilimleri ile turizm fakülteleri iç içe yakın ilişki içerisinde olduklarını gözlemledim.”

GSB-4: “Yerel yönetimler sadece kendileri spor yaptırmak anlamında etkili değil. Yol, metro gibi altyapı hizmetleri ile de doğrudan ve dolaylı spora ve nihayetinde spor turizmine de çok büyük etkilere sahip. Yine bir organizasyon için bir afiş, bir billboard ile de spora ve spor turizminin tanıtımına katkı sağlayacaktır.”

GSB-1: “Üniversiteler bunun en önemli parçalarından biri çünkü insan kaynağını oluşturabilecek bir mekanizma burası. Yani bunu akademik olarak ortaya koymak önemli bir parametre. Yani ülkenin spor turizminden biz ne çıktı elde edebileceğini bile ölçemiyoruz aslında şu anda. Sonrasında bir hedef envanterimizi bilmiyoruz. Üniversiteler çok önemli katkılar sağlayacaktır bu anlamda. Diğer taraftan işte yerel otoriteler diyebileceğimiz belediyeler bunun önemli bir ayağı kamu kurumu olarak. Çünkü sizin lokaldeki turizm politikalarınızın gelişimine katkı sağlayacak yerel politikalar da var. İmardan tutun da altyapıya kadar birçok unsur var. Bunlar önemli politika araçları. Diğer tarafta bunun özel tarafını düşünürseniz orada belki iki üç parametre düşünmek lazım. Bir işte acentecilik boyutu dediğimiz bu işi pazarlayan sektör var. Bunun hem iç turizmde hem dış turizmde işte prestijli biraz önce bahsettiğim global şirketlerin bu alana yöneliyor olması ve bunun spor turizmini destekliyor olması önemli. Diğer taraftan buna belki zemin hazırlayan özel sektör anlamında turizm işletmeciliği boyutuyla oteller işte diğer spor tesisleri, bağımsız spor tesisleri diyebileceğimiz yapılar var. Bunu destekleyen başka bir sürü unsur var diyebilirsiniz. Tedarikçilerden tutun da işin işte danışmanlığını yapanlara kadar birçok paydaş var diyebiliriz.”

FED-5: “Spor Federasyonlarımızın elbette ki çok önemli görevleri var. Gençlik ve Spor Bakanlığımızın Türkiye’de spor politikalarına yön veren kurum olduğu için bir devlet politikası

ile yapılacak planlamalar çerçevesinde spor federasyonlarının ürün ve ürün çeşitliliğinin ortaya konulmasında çok önemli sorumluluğa sahip.”

FED-2: “Spor Federasyonlarımız ve üniversitelerimiz özellikle spor turizmine yönelik ürün çeşitliliği ve bu ürün çeşitliliğinin ortaya konulmasında nitelikli iş gücünün yetiştirilmesi bunun yanı sıra uluslararası organizasyonlar ve bu uluslararası organizasyonların düzenleme sürecinde teknik personelin oryantasyonu açısından öncelikli görevleri olduğu düşüncesindeyim.”

AKD-2: “Bilimsel çalışmalar bildiğiniz üzere yazılıyor, yayınlanıyor ve tartışılıyor sonuca varılıyor. Maalesef kâğıt üzerinde kalıyor çeşitli paydaşlarla çalışmayı tamamladıktan sonra belki bir rapor halinde bir çalıştay, bir seminer olarak paylaşım elde edilen sonuçlarla birlikte neler yapılabilir bunları konuşmak için somut adım atılabilir.”

AKD-7: “Yine geliştirme sürecinde özel sektörde burada aktif olarak rol alması gerektiği kanaatindeyim. Kamu-Özel iş birliğinin son derece etkin bir şekilde değerlendirilmesi gerekir. Ulusal ve uluslararası birçok danışmanlık şirketleri bulunmaktadır. Bunlardan profesyonel destek alınabilir. Spor turizmi burada bürokrasinin hantallığından kurtulup daha çok sahadaki çalışmalara odaklanması gerektiği düşüncesindeyim. O anlamda kamu-özel iş birliğinin artırılması son derece önemli.”

FED-2: “Kamu ve özel sektördeki kurum ve kuruluşların iş birliği yapması son derece önemli ve her sene bir değerlendirme yapılması gerekir. Sonraki yıllarda yapılacaklarla ilgili hedefler belirlenmeli hedeflere yönelik çeşitli alt yapı ve tesis çalışmaları ile organizasyon yönelik gerekli stratejik adımlar belirlenmelidir. İstanbul, Antalya, İzmir ve Muğla gibi şehirlerimiz örneğin bu organizasyonları üstleniyor ise kamu-özel iş birliği içerisinde gerekli planlamaları yapmalıdır. Örneğin Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu şu an dünyada ciddi anlamda ilgi gören, her yıl düzenlenen her zaman da ciddi anlamda uluslararası katılımcı çeken marka bir organizasyon haline geldi. Bu ve benzeri organizasyonların düzenlenmesinde kesinlikle kamu-özel iş birliği aktif bir şekilde hareket etmesi çalışması gerekir.”

AKD-4: “Spor turizmi bağlamında bazı sportif organizasyonları gerçekleştirmek için malzeme konusunda eksikliklerimizi ön planda tutan çalışmaların yürütülmesi gerekir. Bazı sanayi kuruluşları ile yapılacak olan çalışmalar ile örneğin bir akarsu, bir gölde gerçekleştirilecek etkinlik için gerekli olan tekne ya da kano ya da benzeri araçları üretecek sanayi kuruluşlarımızın olması gerekir. Bunlarla ilgili kamu kurum ve kuruluşlarımızın özellikle Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımızın çalışma yaparak devlet özel iş birliği çerçevesinde adımlar atması gerekir. Kamu kurumları dışında çevresel kaygı taşıyan sivil toplum kuruluşlarına destek veren büyük holdingler olabilir. Koç ve Sabancı gibi büyük holdinglerin nasıl ki müzelere destek veriyorlar ise bu spor turizmine de destek vermeleri gerekiyor. Örneğin Eskişehir’de çok büyük bir bisiklet firması bu konuda destek oldu. Örneğin North Face gibi kuruluşlar var. Bolu Aladağlara baktığımızda burada örneğin bir kamping alanı oluşturuyor. Yani burada kuruluşun orada düzenlemiş olduğu etkinlikler, tanıtımlar, yönlendirici çalışmaları çok önemli. Bunun güzel bir örneği Türkiye’ye giriş yapan Decathlon firması olabilir.”

4. TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılar ile spor turizminin gelişimine ilişkin gerçekleştirilen bireysel ve odak grup görüşmesinden elde edilen bulgular tartışılmıştır. Bulgular, tema ve kategoriler temel alınarak ilgili literatür ve alanda yapılmış çalışmalarla desteklenmiştir.

Bulgularının deşifre edilmesi sonucunda; örneklem grubunda yer alan katılımcıların literatürde kavramsal olarak farklı boyutlarda ele alınan spor turizmi kavramını tanımlamaları, bu tanımlama çerçevesinde Türkiye’de uygulama alanları, uluslararası başarılı örnekler ile karşılaştırmaları, gelişim sürecinde karşılaşılan veya karşılaşılmaması muhtemel engeller ile sürdürülebilirlik açısından uzun dönemde beklentileri yer almakta ve spor turizmine olgusal anlamda bakış açılarını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, katılımcılar tarafından spor turizminin gelişim sürecinde stratejik olarak önemli gördükleri adımları, deneyimleri çerçevesinde ifade etmişlerdir. Elde edilen bulgular çerçevesinde iki tema ve bu iki temaya ilişkin beşer kategori oluşturulmuştur.

- Spor Turizmine Bakış Açısı Teması Bulgularının Değerlendirilmesi:

Son zamanlarda ülkelerin tanıtım, ekonomik kalkınma ve uluslararası rekabet için spor etkinliklerini daha fazla kullanması, spor turizmi kavramının öne çıkmasını sağlamıştır. Bir spor karşılaşmasını izlemek, spora doğrudan katılmak veya ünlü spor mekanlarını görmek için yapılan seyahatleri içeren spor turizmi, ulaşım olanaklarındaki gelişimin yanı sıra endüstrileşmiş toplumlardaki insanların bakış açısındaki değişim ve yeni yerler görme isteği ile her geçen gün önemini artırmaktadır. Literatür incelendiğinde, spor ve turizm alanındaki araştırmacıların kavram üzerinde kimi zaman ayrıştığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların değerlendirmelerinde, spor turizmi kavramını; katılımcı olarak uygulayan veya seyreden, faaliyetlere ilişkin turistik ve rekreatif, sektöre ilişkin tematik ve

ekonomik, etkileşime yönelik sosyo-kültürel ve ülkeler açısından ise bir tanıtım aracı olarak ele aldıkları görülmektedir.

Katılımcı değerlendirmeleri arasında marka haline gelmiş uluslararası organizasyonlar ile öne çıkan yerel etkinliklere sporcu veya seyirci olarak katılım ifade edilirken hareketlilik ve aktif katılımın altı çizilmektedir. Başka bir değerlendirmeye göre spor turizmi, genel turizmin içerisinde tematik bir bölüm olarak ifade edilmektedir. Hareketliliğin odak noktası olduğu ve özellikle yer değiştiren insanların, gidilen yerlerin imkanlarından yararlanması söz konusudur. Standeven ve Knop (1998) ise spor turizminin iki boyutlu bir kavram olarak anlaşılması gerektiğini ileri sürmektedir. Spor, fiziksel bir aktivite deneyimi ve turizm, kültürel bir yer deneyimi olarak tanımlanabileceğini ifade ederken katılımcılar bu görüşleri destekler nitelikte etkinliklere katılanların, serbest zamanlarını değerlendirmede sosyal, kültürel ve sanatsal amaçları gözettiğini belirtmektedir. Ayrıca sporun fiziksel aktivitelere yönelik, turizmin ise gezme, görme ve tanıma üzerine gerçekleştiği dolayısıyla bireylerin gezme, görme ve tanıma üstüne kurulu fiziksel aktivitelere yöneldiği vurgulanmaktadır. Glyptis ve Jackson (1993) ise spor turizmi kavramsallaştırmalarında seyircilerden ziyade turistlerin spora aktif katılımını vurgulamakta ayrıca turistlerin tatildeyken canlı spor etkinlikleri izlediğini kabul ederken çalışmalarının odak noktası spora aktif katılımın sadece turizme nasıl katkıda bulunabileceği değil aynı zamanda katılımcıların eve döndüklerinde “aktivite tatillerinin” bireyleri spora katılımı sürdürmeye nasıl teşvik edebileceğine ilişkindir.

Değerlendirmeler arasında sportif bir organizasyonu gözlemlemek için evden uzaklaşmak veya spora aktif katılmak için seyahat edenler için “spor turisti” ile “spor turizmi” ifadeleri kullanılmakta ve tanımlamaya yönelik kapsamlı yorumlar da yer almaktadır. Katılımcıların tanımlamalarına ilişkin bir spor aktivitesini (Milan-Galatasaray) izlemeye giden taraftarlar, bir yerden bir yere spor aktivitesine (bisiklet turu) katılmak için giden sporcular, tatil maksadıyla bir yere giden ancak gittikleri yerde spor aktivitelerine (sörf-dalış) katılanlar için spor turisti, dolayısıyla gerçekleşen durumu spor turizmi olarak ele aldıkları görülmektedir. De Knop (1990) ise üç tür aktif spor tatili tanımlamıştır; kayağa gitmek için yapılan bir gezi olarak

spor tatili; gezinin birincil amacı spor olmasa da bir tatil yerindeki spor olanaklarından yararlanmak ve turistlerin plaj voleybolu gibi organize olmayan spor etkinliklerine katıldığı özel spor etkinlikleri olarak ifade etmiştir. (Nogawa ve ark., 1996) ise spor turisti, etkinlik alanında en az 24 saat kalan ve birincil amacı bir spor etkinliğine katılmak olan kişi ve ziyaret edilen alan ise ikincil bir cazibe unsuru olabileceğini ifade etmektedir. Ayrıca spor turistlerinin; seyahat etmedeki birincil amacı organize bir spor etkinliğine katılmak olan kişiler için etkinlik katılımcıları, birincil amacı organize bir spor müsabakasını izlemek olan müsabaka seyircileri ve kendi kendini organize eden sporlara katılmak için seyahat eden spor severler olarak ifade etmekte ve kavramsal açıdan katılımcılar ile benzer ifadelere yer vermektedir. Diğer taraftan katılımcılar tarafından spor turizmi, bir spor ürününün iyi pazarlanmış olmasıyla gerçekleşen insan hareketliliği olarak değerlendirilmektedir. Turco ve Eisenhardt (1998) ise spor ve turizm arasındaki bağlantıya ilişkin tartışmalarında aktif spor turizmine atıfta bulunur ve spor etkinliğine ev sahipliği yapan bir topluluk için sahip olabileceği ekonomik uyarılar ile kazanımlara ilişkin yoğun rekabete işaret etmektedir.

Değerlendirmeler arasında ayrıca şehir yaşamından uzaklaşma ihtiyacı ve beraberinde doğaya, ekstrem sporlara ve adrenaline yönelik aktiviteler ile sporun doğası gereği rekabet unsurlarının geliştirdiği hazırlık kampları yer alırken Kurtzman ve Zauhar (1997) ise spor turizmini beş temel ürün açısından tanımlamaktadır: spor turizmi aktiviteleri, spor turizmi tesisleri, spor turizmi gezileri, spor turizmi turları ve spor turizmi etkinlikleri olarak ifade etmektedir. Gibson (1998) ise bireyleri fiziksel aktivitelere katılmaları, fiziksel aktiviteleri izlemeleri veya fiziksel aktivitelerle bağlantılı cazibe merkezlerini ziyaret etmeleri için kendi bulundukları konumlarının dışına geçici olarak götüren boş zaman temelli seyahat olarak açıklamaktadır.

Spor turizmi üzerine araştırma yapanların kavramsal yaklaşımlarında ağırlıklı olarak; aktif katılım, seyirci ve ziyaret etme üzerine yoğunlaştıkları ifade edilebilir. Aktif spor turizmi üzerine yapılan araştırmaların birçoğu spor turistini belirlemeye ve turistin hangi faaliyetlere katıldığını bulmaya odaklanma eğiliminde olmuştur. Spor etkinliği izleyicileri üzerine yapılan araştırmaların birçoğu etkinliğin yerel topluluk

üzerindeki ekonomik etkisine odaklanmıştır. Sportif bir ziyaret söz konusu olduğunda araştırmaların çoğunlukla mega organizasyonların düzenlendiği yerler veya spor müzeleri üzerine gerçekleştiği söylenebilir. Tanımlamalar ile katılımcı ifadeleri arasında benzer değerlendirmeler yer alırken bu değerlendirmelerin ağırlıklı olarak faaliyet alanları araştırmaları doğrultusunda ilişkilendirildiği söylenebilir. Bu durum örneklem grubunu oluşturan katılımcıların, akademik alanın yanı sıra kamu örgütlenmeleri içerisinde ve uygulayıcı konumunda yer almaları ile açıklanabilir.

Spor etkinlik ve faaliyetleri her ne kadar fiziksel aktivite ve sağlık ile ilişkilendirilmiş olsa da tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de her geçen gün rekabet unsuru olmaya devam etmektedir. Özellikle son yirmi yıldır Türkiye’de düzenlenen uluslararası organizasyonlar göze çarparken bu organizasyonların devlet için önemli bir tanıtım ve prestij kaynağı olduğu söylenebilir. Ayrıca bu organizasyonların düzenlenme çabası beraberinde bölgesel anlamda tesisleşmeyi ve altyapı imkanlarını artırdığı görülmektedir. Diğer taraftan turizm, en temel ifadeyle kişisel tercihler üzerine kurulu seyahatleri içerse de hizmet sektöründe önemli bir yer tutmakta, yarattığı istihdam ve döviz geliri ile ekonomik kalkınmada ön plana çıkmaktadır. Spor ve turizm sektörleri, devlet politikalarının yanı sıra hava koşulları, ulaşım imkanları, ekonomik krizler, doğal afetler, savaşlar, güvenlik, terör olayları gibi durumlara karşı oldukça duyarlı, yıllar itibari ile istikrarın sağlanması da oldukça güçtür. Uluslararası alanda olduğu gibi birbirini önemli ölçüde destekleyen bu iki sektör, Türkiye’de de kişi ve grupların tercih çeşitliliği ve sayıca artışı açısından turizme katkı sağlarken, altyapı, konaklama, destinasyon ve organizasyonel faydası ile spora katkı sağladığı söylenebilir. Araştırmaya katılanların kavram çerçevesinde Türkiye’de spor turizmini; gelişime açık bir sektör olarak nitelendirdiği görülmekte ayrıca bakış açısındaki değişim, ulaşım ve altyapı olanakları, tanıtımı ve prestij kaynağı, önemli merkezlerin katkısı, başarı ile düzenlenmiş uluslararası organizasyonlar ve sürdürülebilirliği ile geleneksel oyunların ön plana çıkarılması vurgulanırken spor politikalarının gözden geçirilmesi gerektiği ifade edilmektedir.

Katılımcıların ifadelerinde dünya geneline bakıldığında ülkelerin genel turizm içerisinde spor turizminin önemli bir yer tuttuğunu ancak Türkiye’de henüz spor

turizminin genel turizm içerisindeki payını yeterli görmediklerini açıklarken Argan (2004) ise Türkiye'nin büyüyen bu pastadan payını alabilmesi için spor turizmi kavramının devlet politikası çerçevesinde ele alınması ve buna uygun strateji ve politikaların geliştirilmesine bağlı olduğunu ifade etmektedir. Bu strateji ve politikalar ise spor ve turizm alanlarının eşgüdümlü bir biçimde ele alınması, spor turizmüne yönelik kaynak oluşturacak yerlerin tespiti, seyircilere yönelik etkin pazarlama stratejileri ve organizasyonların düzenlenmesi üzerinedir. Destekler nitelikte katılımcılar, henüz sistemin tam anlamıyla oturmadığını ifade ederken değerlendirmelerin bir kısmında ise Türkiye'nin spor turizmi potansiyelinin yüksek olmasına rağmen henüz istenilen seviyede olmadığı vurgulanmakta bir kısmında ise yakın zamana kadar spor turizmi kavramının içerisinde değil genel turizm mantığıyla hareket edildiğini ancak son dönemlerde ise hızla büyüyen bir sektör oluşuna değinilmektedir. Katılımcılar, Türkiye'nin jeopolitik konumu ve mevsimsel çeşitliliğinin yanı sıra üç kıtanın birleşim noktasında ulaşılabilirlik açısından öne çıkan bir ülke olduğunu ifade etmektedir. Ancak katılımcılar diğer taraftan bölgesel anlamda yaşanan olumsuzluklardan da (Rusya-Ukrayna savaşı, Suriye'de yaşanan olaylar ve mülteci krizi vb.) etkilenmenin kaçınılmaz olduğunu, bu durumun benzer konumda yer alan fakat aynı zorluk seviyesinde olmayan ülkeler ile rekabet edebilirlik yönüyle geride kalmasına sebebiyet verdiğine değinmektedir.

Diğer bir yaklaşımda ise katılımcılar, Türkiye'nin ürün ve destinasyon özelinde Alaçatı'da rüzgâr sörfü, Artvin'de rafting, Ağrı ve Davraz' da dağcılık, Fetiye'de yamaç paraşütü yine Rize'de heliski gibi ekstrem sporların yapılabilmesini son derece önemli bulmaktadır. Palandöken, Sarıkamış, Uludağ ve Erciyes gibi önemli kayak merkezlerinin yanı sıra turizmin Türkiye'de merkezi olarak kabul edilen Antalya'nın futbol takımlarına ev sahipliği yapması ve niş sporlar arasında yer alan golf 'ün ön plana çıktığı ayrıca vurgulanmaktadır. Bunların yanı sıra maceracı bir yaklaşımla son derece popüler hale gelen bir nevi şehirden kaçışı ifade eden doğa sporları etkinlikleri ise özellikle Türkiye'nin yedi bölgesinde yer alan ve kırkın üzerinde bulunan milli parklarında gerçekleştirilebildiği ifade edilmektedir. Bu durum Türkiye'nin farklı coğrafi ve iklim koşullarına sahip olmasının avantajları olarak değerlendirilebilirken ürün ve destinasyon çeşitliliğine zemin hazırlamakta

olduğu söylenebilir. Diğer taraftan eleştirel bir yaklaşım ise amaca yönelik destinasyon çeşitliliğine sahip olunmasına rağmen avantajların kullanılamadığı ve sezon öncesi dönemde Türkiye’de kulüplerin aynı imkanlara sahip ülkelere gittikleri, bu durumun Türkiye’de geliştirilmesi beklenen spor turizmi yapılanmasını olumsuz etkilediği ifade edilmektedir. Türkiye’nin bölgesel anlamda uygun iklim koşulları, altyapı ve tesisleri olsa da bu durumun sektöre yönelik pazarlama stratejileri ile doğru orantılı olmasının yanı sıra kulüplerin kamp dönemlerindeki müsabaka takvimi ve programları ile açıklanabilir.

Katılımcılar, Türkiye’de spor turizmi gelişim sürecinde Kırkpınar ve Elmalı Yağlı Güreşleri ile Atlı Cirit gibi tarihsel dokusu olan geleneksel oyunların ön plana çıkarılması gerektiğini vurgularken Cumhuriyet tarihinde ön plana çıkan ve markalaşan Vehbi Emre ile Yaşar Doğu gibi turnuvaların sayısının artırılması ve dünyaya tanıtılması gerektiği ifade edilmektedir. Farklı bölgelerde yer alan geleneksel oyunların kültürel doku ve hassasiyetleri korunarak spor turizmine kazandırılmasının kültürlerarası etkileşime olumlu yansımalarının yanı sıra kamu diplomasisi açısından da değerlendirilebilir. Diğer taraftan 2005 İzmir Yaz Üniversite Oyunları, 2010 Ankara Dünya Basketbol Şampiyonası, 2011 Erzurum Kış Üniversite Oyunları, 2011 Karadeniz Gençlik Oyunları ve 2013'te yine Mersin’de düzenlenen Akdeniz Oyunlarının Türkiye’nin spor turizmi alt yapısına ve tesisleşmesine ciddi kazanımlar sağladığı ileri sürülmektedir. Diğer bir bakış açısıyla uluslararası organizasyonlar özelinde yapılan tesislerin fayda maliyet yönüyle değerlendirilerek bölgesel olarak yapılanması önerilmektedir. Bu durumun tesislerin bakım-onarım ve işletme maliyetlerinin düşürülmesi ile bölgesel kalkınma açısından önemli olduğu söylenebilir.

Türkiye’de düzenlenen Avrasya Maratonu, Formula 1, Triathlon Avrupa Şampiyonası, Dünya Güreş Şampiyonası, Dünya Ralli Şampiyonası ve Dünya Bilardo Şampiyonası gibi ses getiren Türkiye’nin tanıtımına ve spor kültürünün artırılmasına katkı sağlayan bu organizasyonların sayıca artırılması ifade edilirken diğer taraftan katılımcılar, çeşitlendirilmesi ve sürdürülebilir olması gerektiğini vurgulamaktadır. Spor etkinliklerine ev sahipliği yapmanın öne çıkan bir başka yararı

da etkinliğin ötesinde turizmi teşvik edebilmesidir. Etkinliğe katılan kişiler tatil için geri dönebilir veya etkinliği görsel iletişim araçlarından izleyenler gideceği yeri daha sonra ziyaret etmeye karar verebilir. Collins (1991) göre “doğanın başaramadığı yerlerde spor etkinlikleri bunu bir turist odağı oluşturarak sağlayabilir veya konaklama kullanımını yoğun olmayan dönemlere yayabilir” olarak ifade etmektedir.

Spor turizmi, uluslararası alanda en hızlı büyüyen özel turizm biçimlerinden biri olması ile şehirlerin, bölgelerin ve ülkelerin imaj, tanıtım ve turizm gibi alanlarda gelişimine katkıda bulunabileceğini göstermektedir. Diğer taraftan şehirler, bölgeler ve ülkeler spor etkinliklerini giderek ekonomik kalkınmanın bir aracı olarak görmekte ayrıca dünya çapında spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak için birbirleriyle giderek daha fazla rekabet etmektedir. Bireysel olarak ise spor organizasyonlarına katılmanın veya izlemenin artan popülerliği, sosyal bir ortamda bu tür etkinliklere katılmanın bireylere önemli deneyimler sağladığı gerçeğiyle açıklanabilir. Araştırmaya katılanların spor turizmi kavramını, uluslararası karşılaştırmalara yönelik değerlendirmelerinde; başarılı ülke ve organizasyonlar, markalaşma ve coğrafi yapı üzerinden ele aldıkları görülmektedir.

Katılımcı görüşlerinde, Türkiye’nin okyanus kıyısında yer almaması, farklı bir söylem ile iç denizlere sahip olmasının yelken ve benzeri organizasyonlarda ürün çeşitliliğinin sağlanamamasına sebep olduğu ifade edilirken diğer bir görüş, alp dizininde yer alan ülkeler ile kar kalitesi ve pist uzunlukları itibarıyla kış sporlarında rekabet etmenin zorluğunu ifade etmektedir. Erge (2018) ise yapmış olduğu araştırma sonucunda İsviçre’nin Türkiye’ye göre kış turizm potansiyelinden aktif olarak daha fazla fayda sağladığını, bu faydayı mevcut kış turizm merkezlerinin sahip olduğu popülerite ile kayak merkezlerindeki kış turizmi etkinliklerini tamamlayıcı sportif aktivitelerin (curling, snowpolo) çeşitliliği ile gerçekleştirdiği sonucuna varmaktadır. Bu duruma diğer bir bakış açısıyla katılımcılar, spor etkinliklerinin belirli branşlara yöneliminde bölgesel avantajların öne çıkarılması ile aşılabilir olarak vurgulamakta ve Kore’nin bu yönüyle niş sporlar arsında yer alan golf’u ön plana çıkartmasıyla başarılı olduğu belirtilmektedir. Başka bir katılımcı, İtalya’nın Etna yanar dağını ön plana çıkararak çeşitli spor etkinlikleri ile bir cazibe

merkezine dönuştürdüğünu vurgulamakta Türkiye'nin ise bu konuda yetersiz kaldığını ve bölgesel değeriğini ön plana çıkaramadığını ileri sürmektedir. Katılımcıların spor turizmini etkinlik yönüyle ele alırken İngiltere'nin Wimbledon tenis turnuvası başta olmak üzere Amerika, Avustralya ve Fransa'da düzenlenen 4 büyük Grad-Slam tenis turnuvalarının markalaşması vurgulanmakta Türkiye'nin ise neredeyse yılın 40 haftası düzenlenen tenis turnuvaları ile mesafe kat ettiğı açıklanmaktadır.

Whitson ve Macintosh (1993), mega spor etkinliklerine ev sahipliğı yapmak için şehirlerin kamu sübvansiyonlarını kullanmasını eleştirmekte ve "ticari sporları ve turizmi sübvansiyon etmek için harcanan kamu parası bir bütün olarak toplum için getiri sağlıyor mu?" sorusunu yöneltirken araştırmaya katılanlar tarafından mega etkinlikler arasında Pekin Olimpiyatları ile Çin'in, Londra Olimpiyatları ile İngiltere'nin kendilerini ön plana çıkardığı Türkiye açısından ise özellikle son yirmi yılda düzenlenen kıta ve dünya şampiyonaları ile mega etkinlikleri başarılı bir şekilde gerçekleştirdiğı vurgulanmakta ancak İngiltere'nin Londra Olimpiyatlarında izlemiş olduğı fayda-maliyet politikalarının Türkiye'de maalesef uygulanamadığı ileri sürülmektedir. Spor turizminin etkinlik yönüyle ifade edilen diğeri bir önemli örneğı ise Fiji adalarında yapılan eco-challenge yarışmalarıdır. Ekolojik yapıya zarar vermeyecek bir organizasyon düzenlenmesinin önemi aktarılırken Türkiye'nin bu anlamda çalışmalar yürütmesi gerektiğı ileri sürülmektedir.

Bale (2002) ise bazı spor yapılarının zaman içinde gelişebileceğini, kendi başlarına turistik cazibe merkezleri haline dönüşebileceğini öne sürmektedir. Bir cazibe merkezini ziyaret durumu, nostalji spor turizmi olarak da değerlendirilebilir. NouCamp stadyumunda yapılan çalışmaları örnek vererek deneyimini "tarifsiz" olarak nitelendiren katılımcı, bu durumun Barselona kulübünün marka değeriyle de örtüştürmektedir. Jankovic ve Jaksic-Stojanovic (2019) ise markalaşma, spor organizasyonunu spor tüketicilerinin bilincine girmesini sağlayan benzersiz bir fikri temsil ederken farklı unsurların bütünsel bir toplamı olarak bir spor markası, bir spor organizasyonunu rakiplerinden farklı kılan benzersiz ve tanımlanabilir bir sembolü temsil edebileceğini öne sürmektedir. Katılımcılar Türkiye'nin markalaşma

konusunda Kanada, Avustralya ve Yeni Zelanda gibi ülkelerin gerisinde kaldığını ifade ederken gelir getirici faaliyetler ve ürün konusundaki eksikliklere vurgu yapmaktadır. Diğer taraftan başka bir değerlendirmede ise Fransa Bisiklet Turunun markalaşma süreci ifade edilirken “tüketen değil üreten” ve “organizasyondan öte bir ulusun tanıtımı” vurgusu dikkat çekicidir. Türkiye’de ise yıllardır devam eden ancak beklenen seviyeye ve marka değerine ulaşamayan Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu ise karşılaştırmaya konu olmuş ve geliştirilmesi gerektiğinin altı çizilmektedir.

Spor etkinlik ve faaliyetlerindeki gelişim bireyler için fiziksel, fizyolojik, psikolojik ve sosyolojik olarak ön plana çıkarken ülkeler için sosyal, ekonomik ve çevresel olarak ön plana çıktığı söylenebilir. Ulaşım ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler ise spor turizmin gelişimini desteklemekte ve küreselleşmesini sağlamaktadır. Araştırmaya katılanların, spor turizminin uzun dönem etkileri üzerine sosyal açıdan değerlendirmelerinde; kültürel gelişim, fırsat eşitliği, farkındalık, ön yargıların giderilmesi ve suç oranlarındaki azalmaya vurgu yapılırken ekonomik açıdan; pazar payındaki artış, döviz girdisi, istihdam artışı, marjinal fayda ve bölgesel kalkınmaya işaret etmektedir. Çevresel açıdan ise çevre bilinci, doğal miraslar, su tüketimi, ekolojik zarar, geri dönüşüm, ıslah çalışmaları ve yenilenebilir enerji üzerine yoğunlaşmaktadır. Yang ve ark. (2020) ise birçok çalışmanın sürdürülebilirliği; sosyal, ekonomik ve çevresel üç ana boyuta ayırdığını ve bu üç boyut, eksiksiz bir sürdürülebilirlik çerçevesi oluşturmak için birbirini tamamlar şeklinde ifade etmektedir.

Katılımcıların sosyal açıdan değerlendirmelerinde; Erzurum’da düzenlenen üniversite oyunları için yapılan spor tesisleri sayesinde toplum üzerindeki farkındalık etkisine vurgu yapılmakta ve spora yönelimin artması ile başarılı sporcuların yetişmesine dikkat çekilmekte ayrıca başka bir değerlendirmede ise tesisleşmenin yalnızca bir il üzerinden gerçekleşmesinin bölgesel yatırım olanaklarını ve farkındalığı sınırlandırdığına değinilmektedir. Üzerinde durulan diğer bir konu ise fırsat eşitliği olmuştur. Katılımcı, Rize’de yetişen bir sporcunun Muğla’da düzenlenen kano yarışmasında birinci olmasından bahisle bölgesel yatırımlardaki doğru planlamanın fırsat eşitliğine katkı sağlayacağına işaret etmektedir. Diğer bir

yaklaşım ise kültürel etkileşim üzerine olmuştur. Katılımcı, spor turizmi deneyimlerinin farklı ülkeler ve kültürler tanınmasına sebep olduğunu, bu durumun ise hayata bakış açısındaki değişimine ve kişisel gelişimine katkısını ifade etmektedir. Yurt dışında deneyimleme şansını yakalayamayan bireyler için ise Türkiye’de spor turizminin gelişimi sayesinde ev sahibi olarak bireylerin bunu gerçekleştirebileceğini ileri sürmektedir. Diğer bir katılımcı ise spor turizmini kültürel bir etkileşim ve yumuşak güç unsuru olduğunu ifade ederek ülkemize spor turizmi için gelen insanların Türkiye’yi tanıdıkça ön yargılarının değiştiğini ve bu durumun ülke imajına olumlu katkı sağladığını ileri sürmektedir. Diğer bir katılımcı ise spor etkinlik ve faaliyetlerinin, suç oranlarının azalmasına yardımcı olduğuna işaret ederek spor turizmi etkinliklerinin bu anlamda toplumsal fayda sağlayacağına vurgu yapmaktadır. Lee ve Jan (2019) göre spor turizminin gelişimi birçok ekonomik fayda ve kültürel etkileşimi beraberinde getirmiş olsa da çevreyi, toplumu ve geleneksel kültürü de olumsuz etkilemiştir. Bu olumsuz etkiler çeşitli ülkelerdeki çevre grupları ve kuruluşlarını doğal kaynaklar ile kültürel varlıkların korunmasına ve muhafaza edilmesine yönelttiğini vurgulamaktadır.

Katılımcıların ekonomik açıdan değerlendirmelerinde; özellikle spor turistinin genel turiste oranla çok daha fazla ücret ödediğine değinen katılımcı bu durumun spor turizminin ekonomik etkisi ya da marjinal faydası olarak ifade etmektedir. Diğer bir katılımcı ise İngiltere Wimbledon örneğinden bahisle spor turistinin sadece etkinliğe katılımı söz konusu değil ayrıca diğer etkinlik ve faaliyetlere yönelimi de söz konusudur. Bu durumun genel turizme önemli bir katkı sağlaması ve ülkeye döviz girdisinin artışı olarak da yorumlamaktadır. Destekler nitelikte diğer bir değerlendirmede ise ülkelerin turizmdeki payını artırma çabaları arasında spor turizminin önemli bir rolü olduğunu ve spor turizminin pazar payının artırımında etkisine vurgu yapmaktadır. Spor turizmine özgü yatırımlara ilişkin değerlendirmede ise tesisleşme ve altyapı sayesinde bölgesel kalkınma ön plana çıkarken beraberinde spor turizminin istihdama etkisi, ortak bir bakış açısı olarak sunulmaktadır. Değerlendirmeleri destekler nitelikte Schnitzer ve ark. (2017) ise ekonomik faydaları; spor ve etkinlik altyapılarına yönelik hedef yatırımları, istihdamı, uzun

sürekli turizm sezonunu, artan turist sayısını ve yeni vergi gelirlerini öne çıkarmaktadır.

Spor turizminin çevresel etkilerine yönelik Mascarenhas ve ark. (2021), mevcut tüketim kalıpları çevresel bozulma ve doğal kaynakların azalmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle hem spor turizminin üretiminde hem de tüketiminde ekolojik mirasın korunmasının zorunluluğuna işaret etmektedir. Spor turizmini etkinlik yönüyle ele alan katılımcı ise deneyimlerinden yola çıkarak doğada gerçekleşen spor turizmi etkinliklerinin çevre bilincine olumlu yansıdığını ifade etmektedir. Bu yönüyle ele alındığında doğal mirasın korunmasına yönelik önemli bir adım sayılabilir. Diğer bir katılımcı ise spor turizminin çevre ıslah çalışmalarına olumlu yansıyacağını belirtmektedir. Prayag ve ark. (2013) ise ıslah edilmiş araziler üzerine inşa edilen spor altyapılarının, bir alanı iyileştirmeye yönelik olumlu çevresel etkilere yol açtığını ancak çoğu durumda yerel paydaşların çevresel etkileri olumsuz algıladığını ileri sürmektedir. Diğer bir katılımcı ise spor turizmine özgü tesisleşmenin her bölgede yapılmaması, doğa ile uyumlu olması ve doğal miraslara zarar vermemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Başka bir değerlendirmede ise geri dönüşüm ve yenilenebilir enerji kaynaklarının önemi ifade edilirken bu görüşe katkı sağlayan diğer bir öneride ise konaklama tesislerinin şehir otelciliğinden farklı olması, iklim ve coğrafi özellikler ile kültürel değerler göz önünde tutulması ve sürece yerel halkın da dahil edilmesi gerektiğidir. Wise (2016) ise benzer şekilde uzun vadeli bir büyüme sağlamak için yerel toplumun geniş desteğine ve katılımına ihtiyaç duyulduğunu ileri sürmektedir.

Olumsuz etkileri üzerine değerlendirmelerde; golf gibi getirisi yüksek etkinliklere atıfta bulunularak, Türkiye'nin su fakiri ülkeler sınıfında yer aldığı düşünüldüğünde aşırı su tüketimine sebep olan spor turizmi etkinliklerine yönelimin azaltılması gerektiğine değinilmiştir. Benzer şekilde spor turizminin çevresel açıdan olumsuz etkileri üzerine Abdel Azim Ahmed (2017) ise dikkatli planlama ve çevreye uygun düzenlemeler olmadan yapılan spor turizmi etkinliklerinin, belirli bir alanda olumsuz çevresel sonuçlara yol açabileceğini ve yüksek yoğunluktaki etkinlik katılımcısının, hava, su, atık ve gürültü kirliliğine sebep olacağını ileri sürmektedir.

Ayrıca bir diğer sorun da altyapıların inşası ve hazırlanmasıyla ilgili yüksek maliyetler ve harcamalardır. Bu durum yerel olarak artan vergilere, daha yüksek fiyatlara ve konut maliyetlerine neden olabileceğidir. Liu ve ark. (2017) ise turizmdeki artışın bölge sakinleri ve turistler arasında kültürel çatışmalar, trafik sıkışıklığı sorunları, güvenlik ve suç endişeleri ile sonuçlanabileceğinden bahsetmektedir. Higham (1999) ise ampirik kanıtlara dayanan bulgularında, uluslararası mega spor etkinlikleri, turizm ve kalkınma arasındaki bağlantılara ilişkin bir etkinliğin iddia ettiği faydalarının abartılı olduğunu, hatta düzenleyen ülke ve insanlarına birçok yönden zarar verebileceğini ileri sürmektedir.

Spor turizminin Türkiye’de gelişimi, çeşitli fayda ve yararlar gözetilerek kamu politikaları ve kalkınma planlarının bir sonucu olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Gelişime yönelik merkezi irade ve kamu yapılanmasının başlatmış olduğu çalışmalar olsa da çeşitli engeller ve sorunların olduğu da söylenebilir. Katılımcıların, gelişime yönelik engeller kategorisine ilişkin değerlendirmelerinde; bürokrasi, çok başlılık, özelleştirme, dışa yönelik çalışmalar, kısa vadeli beklentiler, destek ve fırsatlar, diplomasi, farkındalık, katılım, planlama, iletişim, tekelleşme, devlet bütçesi, kriz, gönüllülük ve deniz-kum- güneş üçlemesi yer almaktadır.

Katılımcılar, ağır ve hantal işleyen bir yapı olarak bürokrasi yaklaşımından söz ederken başka bir değerlendirmede ise spor turizminin evrensel bir sorunu olarak ifade edilen spor ve turizm alanlarının birbirlerine ön yargılı yaklaşımlarının bir nevi tezahürü olarak Türkiye’de de bakanlıkların öznel yaklaşım ve yorumlamalarının gelişimin önünde en önemli engellerden biri olarak durduğu ileri sürülmektedir. Destekler nitelikte Özbek (2014) ise yapmış olduğu araştırmada bürokratik zorlukların su sporları işletmeleri için önemli bir problem olduğunu ve su sporları işletmesi olarak faaliyet gösterebilmek için Kültür ve Turizm, Ulaştırma ve Denizcilik, Hazine ve Maliye, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıklarından izin alınmasının yanı sıra ilgili Belediyelerden, Spor Federasyonlarından ve faaliyette bulunulan tesisten izin ve evraklar toplanması gerektiğini ifade etmektedir. Belgelendirmelerden sonra da kolluk kuvvetleri olarak denizde, Sahil Güvenlik veya Deniz Polisi'nin, karada ise Polis veya Jandarma'nın denetimine tabi olduğunu

ayrıca bu farklı kurumların bazen birbirleriyle çatışan farklı mevzuatları olduğu gibi yürürlükteki mevzuatın su sporlarını düzenlemek için yetersiz kaldığını vurgulamaktadır. Toy (2021) ise bürokrasinin olumsuz tarafları, hantal bir yapıya sahip olması ve işlerin yavaş yürümesinden kaynaklandığını bu yüzden formalitelerin bürokraside vakit kaybına neden olduğu durumların incelenmesi ve yeniden düzenlenmesini ayrıca bürokrasinin sebep olduğu aşırı denetim ve kuralcılık yönünün mümkün oldukça en aza indirgenmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Diğer bir değerlendirmede ise, kamu kurumları arasındaki çok başlılığın olması beraberinde iletişim ve koordinasyon eksikliğine sebep olduğu ve bu durumun gelişime yönelik atılacak adımlarda engel oluşturduğunu ayrıca önemli merkezlerde yönetim açısından kamu yapılanmalarının tek bir çatı altında toplanması gerektiği ifade edilmektedir. Destekler nitelikte Fırat ve Tanyeri (2022) ise Türkiye’de kar sporları ve kış turizmi gelişimi için alan ve yer tahsisi, planlaması, tesis yapımı ve denetiminin tek bir kurum ve mevzuata bağlı olması halinde faydalı olabileceği ve başarının geleceğini ileri sürmektedir.

Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik engeller arasında en çarpıcı örneklerden birinin özelleştirme üzerine olduğu söylenebilir. Katılımcı, kamu kurumları tesislerinin özelleştirilmesi ve bunun bir sonucu olarak bu tesislerden yararlanan birçok spor kulübünün, antrenörün ve sporcunun yararlanamamasının, etkinlik ve faaliyetleri sınırlandırdığını öne sürmektedir. Destekler nitelikte Ekenci ve Gözen (1998) ise araştırması sonucunda, kamuya ait spor tesislerinde işletme finansmanının sağlanamaması yüzünden sübvansede edilmesinin kamu maliyesine büyük bir yük getirdiğini ancak sporun tam kamusal mal olarak dışsalılık özelliği göz önüne tutulduğunda spordan maddi gelir elde edilemese de sosyal kazanımlarının gerçeği dikkate alındığında özelleştirmenin bazı sakıncaları bulunduğunu vurgulamaktadır.

Başka bir değerlendirmede ise spor turizmine yönelik yapılan çalışmalarda özel sektörün önemine değinen katılımcı, devletin özendirici, destekleyici ve denetleyici yönüyle konuya yaklaşması gerektiğini ve özel sektöre yönelik atılan adımların

yetersizliğini bir sorun olarak görmektedir. Karakaş ve ark. (2019) ise yapmış olduğu araştırmada, işletme/dernek yöneticilerinin bir kısmı, turizm destek ve teşviklerinden bilgi sahibi iken bazılarının ise yeteri kadar bilgi sahibi olmadıkları sonucuna varmıştır. Bu nedenle kamu kuruluşlarının daha fazla tanıtıcı faaliyette bulunması gerektiğini ayrıca kamu kurumlarının sadece teşvik/destek sağlamakla kalmayıp, işletmelere/derneklere danışmanlık hizmeti de vermesi gerektiğini ileri sürmektedir.

Bir diğer yaklaşımda ise deniz-kum-güneş üçlemesinin diğer bir söyleyişle gelenekçi yapının varlığı ve vizyon eksikliğidir. Bu durum Türkiye'nin konumu itibariyle çeşitli dinamiklerden olumsuz yönde etkilenmesinin en aza indirilebilmesi için gerekli olduğu varsayılan ürün ve destinasyon çeşitliliğinin sağlanamamasına yönelik bir engel olarak açıklanabilir. Cemali (2010) ise araştırması sonucunda alternatif turizmi, kitle turizminin destekleyicisi olarak ele almakta ve bölgenin alternatif turizm kaynaklarının, deniz-kum-güneş içerikli kıyı turizmi ile planlanarak turizmin hizmetine sunulabileceğini ileri sürmektedir. Bu kaynakların değerlendirilmesi, turizmin gelişmesine sebep olurken genele yayılan turizm faaliyetleri ise halk' da turizm bilincinin gelişmesine katkı sağlayabileceğini ifade etmekte ayrıca gerek kitle gerekse alternatif turizmin birbirinin karşısı değil aksine tamamlayıcısı olduğunu vurgulamaktadır.

Diğer bir engel ise katılımcılar tarafından kısa vadeli beklentilerin orta ve uzun vadede elde edilecek kazanımların önüne geçtiğidir. Bu durum, spor turizminin gelişiminde plansız yaklaşımın bir sonucu olduğu ileri sürülmektedir. Diğer bir değerlendirmede ise döviz beklentisi ve dışa dönük çalışmaların ön planda tutulması, iç turizmin gelişimini engellediği ifade edilmektedir. Destekler nitelikte bir diğer görüş ise spor turizminin gelişimi, öncelikle yerel halkın farkındalığı ve pilot çalışmalar ile gerçekleştirilebilir sonucuna varmaktadır. Acuner (2006) ise uzun dönemlere yayılan sürdürülebilir turizm aktivitelerinin, deniz-kum-güneş yaklaşımının dışında, alternatif türlere yönelik fikirlerin çeşitlendirilmesini sağlayabileceğini ileri sürmektedir. Bu durumun, doğal, çevresel ve kültürel tahribatın önüne geçilmiş olmasının yanı sıra farklı yörelerin turizm faaliyetleri içine alınmasıyla o bölgelerde saklı kalmış doğal, tarihi ve kültürel değerlerin turizme

kazandırılmış olacağını ayrıca yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmesi bakımından katkı sağlanacağını vurgulamaktadır.

Spor turizmine yönelik işletmelerde nitelikli çalışan eksikliği ve bu alana özgü çalışan personellerin yabancı dil yetersizliğini ifade eden katılımcılar ise bu durumun gelişim sürecinde önemli bir engel oluşturabileceğini belirtmektedir. Diğer bir sorun olarak ise gönüllülük çalışmalarının bu alanda gelişime katkı sağlayacağını ancak yeterli düzeyde yapılmadığıdır. Yücel ve Arıkan (2019) ise araştırmaları çerçevesinde, sektörde sunulan hizmetlerin gün geçtikçe birbirine benzediği ve müşteri açısından kaliteyi artıracak olan unsurun, turizm çalışanlarının yabancı dil bilgisi ve iletişimsel yetenekleri aracılığıyla olacağını ileri sürmektedir. Ayrıca deneyimleri olumlu olan turist, gelecekte yeniden satın alma davranışına yönelecek olan müşteri olarak ifade edilmektedir. Müşteri sadakatinin, personelin iletişim yetenekleriyle ilişkisi göz önüne alındığında, yabancı dil bilgisini geliştirmeye yönelik çabaların önemli olduğu ayrıca vurgulamaktadır.

Pandemi ile tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yaşanan ekonomik zorlukların, spor turizmine yönelik ayrılan bütçe ve yatırımların azalmasına sebep olabileceğini dile getiren katılımcı, bu durumun gelişimin önünde bir engel olabileceğini varsaymaktadır. Benzer şekilde Alaeddinoğlu ve Rol (2020) ise salgının bütün sektörleri az ya da çok etkilediğini ancak belki de en büyük zararı turizm sektörüne verdiğini ileri sürmektedir.

Birçok alanda olduğu gibi Türkiye’nin spor turizminde, etkinlik yönüyle aday olduğu organizasyonlarda çeşitli ön yargılar ve tekel haline gelmiş kuruluşlar nedeniyle geri planda kaldığını ileri süren katılımcı, kamu diplomasisi açısından yeterli çalışmaların yapılmamasını bir sorun olarak dile getirmektedir. Destekler nitelikte diğer bir katılımcı ise Türkiye’nin olumsuz imajı, yalnızca ürün ve destinasyon çeşitliliği ile değil diplomatik çalışmalar ile ortadan kaldırılabileceğini ifade etmektedir. Yağmurlu (2019) ise bir kültürel olgu olarak sporun, yerel değil evrensel bir değer olarak günümüz dünyasında yer aldığını ve sporun, çeşitli uluslararası organizasyonlar ile diyalog geliştirmek ve güven oluşturmak için

diplomatik bir araç olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca spor sayesinde farklı ülkeler arasında kurulan ilişkilerin başka alanlarda ortaklıklar için zemin hazırladığını belirtmektedir.

- Stratejik Öncelikler Teması Bulgularının Değerlendirilmesi:

Türkiye’de spor ve turizm uzun bir dönem iç içe geçmiş ancak birbirinden neredeyse bağımsız şekilde ilerlediği görülürken bu iki sektörün 11. Kalkınma Planında, spor turizmi adı altında birlikte yer almasıyla bütüncül olarak ele alındığı söylenebilir. Ayrıca yapılan çalışmalarda mevcut durum tespiti yanı sıra gelişime yönelik atılması gereken adımların sosyal ve ekonomik fayda temelli olduğu ifade edilebilir. Spor turizmini geliştirmeye yönelik atılacak adımlarda stratejik açıdan öncelik olarak ele alınması gereken konular söz konusu olduğunda katılımcıların, eğitim ve araştırmaya yönelik; mevcut durum analizi, çeşitli envanterler, geri bildirim, sektörün gelişimine yönelik mevzuat geliştirme ile insan kaynaklarının önemini vurguladığı görülmektedir.

Türkiye’nin pazar payının artırımı için gerekli olan adımların atılmasında önceliklerin belirlenerek yol haritasının şekillenebileceğini ifade eden katılımcı, uluslararası spor turizmi pazarı göz önüne alınarak kısa-orta-uzun vadeli planlamaların, elde edilecek tespitler üzerine yapılması gerektiğini ileri sürmektedir. Diğer bir katılımcı ise Türkiye’de genel turizm içerisinde spor turizminin yeri ve öneminin durum analizi ile belirlenmesi gerektiğini ifade etmekte ayrıca spor turizmi ile genel turizm gelirlerinin artırımına dikkat çekmektedir. Başka bir değerlendirmede ise durum analizleri yapılması gerektiğini ifade eden katılımcı, Türkiye’nin spor turizmi alanında güçlü ve zayıf yanları ile sektöre ilişkin fırsatlarını değerlendirecek üst kurullar oluşturulması gerektiğini vurgulamakta ayrıca başarılı ülkelerin spor turizmi politikaları ve uygulamalarının incelenmesi gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca yabancı uzmanların da yer aldığı sektöre ilişkin farklı kesimlerden katılımcıların bu değerlendirmelerde yer alması gerektiğini ifade etmektedir. Durum analizinin yapılması gerektiğine değinen başka bir katılımcı ise başarılı bir yapılanmanın, yerel halkın katılımı olmaksızın gerçekleşemeyeceğini

vurgulamakta ve halkın bakış açısının belirlenmesine yönelik çalışmalar yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Diğer taraftan yatırımcıların düşüncesi ve beklentilerinin tespiti ile analizinin önemini ifade etmektedir. Türkiye’de kamu yapılanmasının bir sonucu olarak hayata geçirilen politikaların uygulanması; fikir ve düşüncelerin ortaya çıkışından uygulama ve değerlendirilmesine kadar geniş bir alanı kapsayan ve karar alıcılar ile bu kararlardan etkilenenler dâhil çok sayıda kişi ve grubun etkileşimini içeren, uzun dönemli bir süreçte dayanmaktadır. Katılımcıların değerlendirmelerinde vurgulanan durum analizi ve çeşitli uygulamalar, spor turizminin gelişimine yönelik ilgili kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, özerk ve bağımsız idareler ile özel sektörün çeşitli aktörlerinin bir araya gelmesi ve uygulamalara ilişkin yerel halkın katılımcı olması sonucunda gerçekleştirilebileceği söylenebilir. Karadeniz ve Güdük (2015) ise analiz yönteminin önemini, var olan sorunlara karşı genel bir bakış açısı sunması ve ortaya konan bu bakış açısı sayesinde zayıf yönler ve tehditleri ortadan kaldıran veya en aza indiren geleceğe ilişkin planlamalar yapmayı kolaylaştıran bir uygulama olarak ifade etmektedir.

Türkiye’nin spor turizmi potansiyeline ilişkin daha önce yapılan çalışmalar içerisinde yer alan katılımcı, envanter hazırlanmasının önemini vurgulamakta ve pazar arayışına katkı sağlayacağını ileri sürmektedir. Diğer bir katılımcı ise tesis ve konaklama kapasitelerinin belirlenmesinin yanı sıra hangi araçlar ile ulaşım ve transfer sağlanabileceğine ilişkin envanterlerin hazırlanmasının önemini vurgulamaktadır. Destekler nitelikte diğer bir katılımcı ise organizasyon, tesis ve destinasyon envanterlerine dikkat çekmekte ayrıca envanter hazırlamanın, mevcut durum analizinin yanı sıra gelişime ilişkin geri bildirim sağlanmasını da kolaylaştıracağını ifade etmektedir. Geri bildirimin önemi üzerine diğer bir katılımcı, gelişimin sağlanabilmesi için ilgili paydaşların sık sık bir araya gelmesi ve atılan adımlar doğrultusunda objektif değerlendirmeler yapılması gerektiğine dikkat çekmektedir. Envanter oluşturmaının önemini Akkuş ve Akkuş (2019) ise yapmış oldukları araştırmada, rekabette başarı elde etmek için kaynakların etkin ve verimli yönetiminin önemli olduğunu ve bunun destinasyon planlama aşamaları ile gerçekleştirilebileceğini ifade etmektedirler. Planlama yaklaşımı tasarlandıktan sonra yörenin turizm potansiyelini belirlemeye yönelik birçok envanter oluşturulabileceğini

vurgulamakta ayrıca doğru planlamalar yapabilmek için özellikle varış noktalarının sahip olduğu kaynakların tespitinin önem arz ettiğini ileri sürmektedirler. Diğer bir söylem ile kaynak arzının tespit edilememesi, varış noktalarının geleceğini doğru planlayamama ile sonuçlanacaktır.

Spor turizminin gelişim sürecinde ülke politikası ve yaklaşımlarının önemine değinen katılımcı, sektöre ilişkin mevzuat düzenlenmesi gerektiğine ve bu düzenlemelerin gelişim sürecine yön vereceğine vurgu yaparken özel sektörü teşvik edecek ve denetleyecek yapının kurulması halinde sistemin regüle edilebileceğini ifade etmektedir. Diğer bir katılımcı ise mevzuat düzenlemesinin, spor turizminin gelişimine etki eden altyapı, askeri ve ormanlık arazilerin tahsisinden bahisle çeşitli kurum ve kuruluşların görev alanına giren hususlarda gerçekleştirilecek düzenlemelerin, spor turizminin gelişimine katkı sağlayacağını ifade etmektedir. Spor turizminin gelişimine ilişkin mevzuat düzenlemeleri ve özel sektörün bu alanda desteklenmesine yönelik teşvikler, hali hazırda farklı kurum ve kuruluşların görev alanları çerçevesinde sağlanmaktadır. Ancak katılımcı değerlendirmelerinde yer aldığı üzere yeterli görülmediği ve iyileştirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Bu durum, spor turizmine yönelik düzenleme ve teşviklerin mevcut yapının gözden geçirilmesi sonrasında ortak bir payda da ele alınmasının gerekliliği ile açıklanabilir.

Diğer bir katılımcı ise spor ve turizm alanlarında eğitim veren birçok akademik yapının olduğu hatta Türkiye'nin hemen her yerinde spor ve turizm fakültelerinin varlığına rağmen spor turizmine yönelik programların geliştirilemediğinden bahsederken sektöre ilişkin nitelikli personel eksikliğinin iyi bir eğitim programı ile karşılanabileceğini ifade etmektedir. Destekler şekilde diğer bir katılımcı ise sektöre ilişkin yabancı dil eğitiminde eksikliklere değinerek ulusal ve uluslararası programlarda nitelikli personelin yabancı dil ihtiyacının eğitim programları ile düzenlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Spor turizminin yalnızca spor ve turizm alanlarına değil aynı zamanda farklı disiplinlerin alanına da girdiğini ifade eden katılımcı, eğitim ve araştırmaya ilişkin ortak programların ve çalışma gruplarının oluşturulması gerektiğine işaret etmektedir. Erişen (1998) göre program geliştirme çalışmaları, ya ortaya çıkan yeni bir gereksinimi karşılamak ya da var olan

uygulamaların yetersiz görülmesi ve yeni bir seçenek sunulması amacıyla yürütüldüğünü ifade etmektedir. Spor turizmine yönelik program geliştirme süreci söz konusu olduğunda, spor ve turizm fakülteleri ile diğer disiplinlerin, sektöre ilişkin ihtiyaçları karşılaması amacıyla mevcut programları yeniden değerlendirilebilir ve geliştirilebilir.

İnsanların fiziksel etkinlik ve faaliyetlere katılımı gözetilerek yapılan kamu spor tesis ve işletmelerinin, turizm söz konusu olduğunda ülkenin tarihi ve kültürel dokusunu tanıtmının yanı sıra ekonomik faydasının ön plana çıktığı söylenebilir. Spor turizmine yönelik ise yapılan tesis ve işletmelerde her iki alana özgü fayda göz önünde bulundurulurken karar alma süreçlerini etkileyen bir dizi faktöründe yer aldığı görülebilir. Katılımcıların, spor turizminin gelişimine yönelik stratejik açıdan öncelikler arasında yer alan değerlendirmelerinde, tesis ve işletmelere ilişkin; spor tesislerinin yapımı ve işletilmesine yönelik fayda-maliyet, etkinlik-verimlilik ile teşvik ve sponsorluk yer almakta ayrıca spor turizmi katılımcılarına ilişkin konaklama, mimari, ulaşılabilirlik, yaşam alanı ve yüksek irtifa ile sezona ilişkin mevsimsellik ön plana çıkmaktadır.

İç ve dış turizme yönelik ulaşım ve transfer planlamasının önemine değinen katılımcı, tesislerin ulaşılabilirlik yönüyle ele alınması gerektiğini ifade etmekte ayrıca Türkiye'nin çok önemli spor tesisleri olduğuna değinirken spor turizmine yönelik tesisleşmenin farklı bir bakış açısı gerektirdiğini ifade etmektedir. Destekler nitelikte ve somut örnekler sunan bir diğer katılımcı ise tesisleşme sürecinde şehirler ile özdeş hale gelen simgeler (Bursa-Timsah) üzerine durmakta ve özellikle nostalji spor turizmine katkı sağlayacak mimari yapıların ön plana çıkarılması gerektiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde Korgavuş (2017) ise yapmış olduğu araştırmada Megève ve Courchevel gibi tanınan kış turizm merkezlerinin, şale adı verilen ahşap ve dik çatılı geleneksel savoy mimarisini koruyan evleri doğasıyla çok sayıda turist çektiğini bu nedenle Palandöken bölgesinde, doğal çevreye ve geleneksel mimariye uygun taş ve ahşap gibi malzemelerden dağ evi tarzında az katlı konaklama tesisleri inşa edilmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Başka bir katılımcı değerlendirmesinde ise aktif spor turizmine katılanların yalnızca etkinlik süresince orada yer almadığını

ve tesislerin bir yaşam alanına dönüştürülmesi gerektiğinin önemine değinilmektedir. Benzer bir yaklaşım ile Peng ve Zhou (2022) ise uluslararası turistik şehirlerdeki kamu spor tesislerinin mümkün olduğu kadar ülkenin yerel kültürünü sergilemesi ve yaşam alanlarına dönüştürülmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Spor turizmini organizasyonel açıdan değerlendiren katılımcı ise yüksek irtifa gibi sporun dinamikleri içerisinde yer alan ancak kamp ve turnuvalar ile spor turizmine dahil olan yatırımların, Türkiye’de amaca yönelik ve planlı bir şekilde yapılması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bayraktar ve ark. (2017) ise yapmış oldukları araştırma sonucunda, futbol kamp dönemleri arasından yalnızca sezon öncesi kamp döneminde Erzurum’un destinasyon olarak belirlenmesinin uygun olacağını ve Erzurum’da yer alan işletmelerin konaklama kapasiteleri noktasında arz-talep dengesini ancak karşılayabildiğini ve yüksek irtifa kamp merkezinin geliştirme ve genişletme çalışmaları sonucunda konaklama kapasitelerinin yetersiz kalacağı sonucuna varmaktadır. Diğer bir katılımcı ise spor geçmişi ve uluslararası deneyiminden yola çıkarak Türkiye’nin marka haline gelmiş ve öne çıkan spor branşlarında uluslararası talep gördüğünü ancak kamp ve turnuvalar için yeterli konaklama imkanının olmadığını ifade ederken hali hazırda mevcut tesislerin konaklama kapasitelerinin 40-50 kişiyi geçmediğini vurgulamakta ve spor turizminin gelişim sürecinde öne çıkan branşlara yönelik konaklama imkanlarının artırılması gerektiğini ifade etmektedir. Türkiye’de spor turizmine özgü yatırımların yetersizliğine değinen bir diğer katılımcı ise pist uzunluğu ve kar kalitesi ile bilinen Kars Sarıkamış’ın talep görmesine rağmen konaklama imkanlarının yetersizliği nedeniyle istenilen seviyeye gelemediğini ifade etmekte ve kış spor turizminin geliştirilme sürecinde konaklama imkanlarının önemine değinmektedir. Özbay (2018) ise yapmış olduğu araştırma sonucunda, kış turizminin gelişememe nedenleri arasında; yatırım planlaması ve işletme aşamasındaki özensizlik, ulaşım ve yatak kapasitesi yetersizliği ile tanıtım eksikliği gibi nedenler sayılabileceğini ve konaklama kapasitesi artırılırken gerçekçi hedefler ile “kar sınırı çizgisinin” dikkate alınması gerektiğini ifade etmektedir.

Türkiye'nin mevsimsel açıdan avantajlarına değinen katılımcı, ürün ve ürün çeşitliliğine yönelik tesisleşmenin planlı bir şekilde hayata geçirilmesi halinde başarılı olunabileceğini vurgulamaktadır. Diğer bir katılımcı ise genel turizm sezonunun dışında kalan ve ölü sezon olarak adlandırılan dönemde, mevcut tesislerin dönüştürülerek çeşitli kamp ve turnuvalarda kullanılabileceğini ileri sürmektedir. Başka bir değerlendirmede ise kıta ve dünya şampiyonaları gibi uluslararası organizasyonların, ölü sezon olarak adlandırılan dönemlerde mevcut tesislerin dönüştürülmesi ile gerçekleştirilebileceğini ifade etmektedir. Diğer taraftan etkinlik-verimlilik açısından doğa sporlarının önemi vurgulanmakta ve tesisleşmenin yalnızca kalıcı yapılar ile değil ülke geneline yayılan ve doğa ile iç içe olan düzenlemeler ile gerçekleştirilebileceği ve sezonun tüm yıla yayılabileceği ileri sürülmektedir. Ayrıca niş sporlar ve gelir getirici organizasyonlardan örnekle, tesisleşmenin bu amaca yönelik gerçekleştirilmesi halinde etkinlik-verimlilik sağlanacağı ifade edilmektedir.

Tesislerin bakım, onarım ve işletme maliyetlerini karşılamamanın oldukça zor olduğuna değinen katılımcı, mega organizasyonlar için yapılan tesislerin, bölgesel açıdan ele alınarak planlanması gerektiğini ileri sürmektedir. Ayrıca bu maliyetleri karşılama ve elde edilen fayda açısından çok amaçlı spor tesislerinin önemini vurgulamaktadır. Değerlendirmelerinde İngiltere'nin Londra olimpiyatlarında izlediği stratejilere değinen katılımcı, fayda-maliyet açısından uluslararası organizasyonlarda kullanılacak ekipmanların kiralınması, altyapı imkanlarının iyileştirilme süreci ile tesisleşme sürecinin örtüşmesi, kalıcı yapılar yerine prefabrik yapılar kullanılması, çok amaçlı tesisler ile gelir getirici yaklaşımın önemini vurgulamaktadır. Terekli ve Çobanoğlu (2018) ise mega spor organizasyonlarının olumsuz ekonomik sonuçlarının; yetersiz sponsorluk, finansman hataları, altyapı ve üstyapı eksiklikleri, aşırı yatırımın geri dönüşüm çıkmazı ve beklentilerin karşılanamaması nedeniyle olduğunu ifade etmekte ve uluslararası organizasyonlara aday olduğunda ekonomik olarak karşılaşılabilecek muhtemel problemlerin kapsamlı bir şekilde analiz edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Bu analizler sadece organizasyonlar öncesi değil aynı zamanda etkinlik sonrası için de yapılması gerektiğini ayrıca mega spor organizasyonlarının bütçeleri hesaplanırken gerçekçi yaklaşılması gerektiği sonucuna varmaktadır. Diğer taraftan katılımcılar, kamu

yapılanmasının spor turizmine özgü tesisleşme sürecinde özel sektörü teşvik etmesi ve sponsorluk alt yapısını oluşturması halinde kamu maliyesi üzerindeki yükün azaltılmasının yanı sıra gelişim sürecinin hızlandırılmasına etki edeceğini ifade etmektedirler. Destekler nitelik Mutlu ve Başer (2020) ise yapmış oldukları araştırmada, Alanya ilçesi için golf turizmine sağlanan turizm merkezi ayrıcalıklarının bu bölgenin gelişimi için önem taşıdığını ve en fazla doluluk oranı veren tesis türü olmasının ise yatırım teşviklerinin bir etkisi olarak değerlendirmektedir.

Spor turizmi sektörünün küresel anlamda her geçen gün gelişimini sürdürdüğü ve bu gelişime bağlı olarak ürün ve destinasyon çeşitliliğinin arttığı da görülmektedir. Spor ürün ve hizmetleri ile spor aktivitelerinden beklenen benzersiz deneyimler, bazı durumlarda spor turistlerinin ziyaret edecekleri destinasyonu seçerken doğrudan güdüleyebilir. Bu doğrultuda yeni ve ilgi çekici spor aktivitelerine katılarak bakış açılarını genişletmek veya kendilerini mutlu hissetmek isteyen spor turistlerinin, ürün ve destinasyon tercihlerini ilgi alanları doğrultusunda belirledikleri söylenebilir. Bu noktada spor yalnızca algısal bir role sahip değil aynı zamanda önemli bir konaklama içeriği ve çoğu zaman belirli bir turistik destinasyona seyahat etmek için ana unsurdur. Katılımcıların, spor turizminin gelişimine yönelik stratejik açıdan öncelikler arasında yer alan değerlendirmelerinde, ürün ve destinasyona ilişkin; vizyoner yaklaşım ve hedef kitle, iklim özellikleri ve jeopolitik konum, altyapı ve güvenlik, pilot bölge ve paket programlar ile coğrafi işaretleme öne çıkmaktadır.

Gelenekçi yapı üzerine değerlendirmelerde bulunan katılımcı, deniz-kum-güneş anlayışının yanı sıra birbirini tekrar eden ticari yaklaşımların yerini yenilikçi anlayışın alması ve alternatif spor turizmi ürünleri ile bu ürünlerin uygulanacağı destinasyonların belirlenmesi gerektiğini ifade etmektedir. Destekler nitelikte bir diğer katılımcı ise sadece futbol ve golf üzerinden spor turizminin sürdürülmesinin mümkün olmadığını, başarılı ülke örneklerinde olduğu gibi tüm sezonun ele alınarak ürün ve destinasyon çeşitliliğinin sağlanması gerektiğini ve vizyoner yaklaşımın önemini vurgulamaktadır. Cıngı (2021) ise yapmış olduğu araştırma sonucunda,

2012 kışından beri hizmet sunan Erciyes Kış Sporları ve Turizm Merkezinin bir master plan eşliğinde geliştiğini, bu süreçte uluslararası öneme sahip merkezlerin incelenmesinin yanı sıra yabancı uzmanlardan destek alındığını ve sadece kış turizmine yönelik olmayıp başarılı örneklerde olduğu gibi Erciyes'ten dört mevsim yararlanmayı hedefleyerek; dağcılık, yaz sporları ve doğa aktiviteleri ile düzenli bir şekilde hizmet vermeye devam ettiğini ayrıca Kayseri'ye başta ekonomik olmak üzere sosyal, kültürel ve şehir markalaşması açısından birçok yönde katkı sağladığını ifade etmektedir. Erciyes Kış Sporları ve Turizm Merkezinde yürütülen çalışmalar, araştırmaya katılanların görüşlerini destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Ayrıca spor turizminin Türkiye'de gelişimine yönelik stratejik açıdan öncelikler arasında başarılı bir örnek olarak da verilebilir.

Hedef kitle ile pazar payının önemine değinen katılımcı, ürün ve destinasyon belirlemede tematik yapının her geçen gün önem kazandığını ayrıca dezavantajlı grupların da unutulmaması gerektiğini ifade etmektedir. Bir diğer katılımcı ise konsept yapılar değinirken yalnızca önemli turizm şehirleri üzerinden değil iklim ve coğrafi yapı gözetilerek ülke geneline yayılan destinasyon merkezlerinin oluşturulması gerektiğini vurgulamakta ayrıca ürün yelpazesinin hedef kitlenin spor tüketim alışkanlıkları doğrultusunda şekillenmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Jeopolitik konumun önemine değinen bir diğer katılımcı ise kimi zaman dezavantajları olsa da Türkiye'nin ulaşılabilirlik açısından benzersiz bir konuma sahip olduğunu ve hedef kitleye yönelik yapılacak çalışmalarda ürün geliştirme ve destinasyon çeşitliliğinin sağlanmasının önemine vurgu yapmaktadır. Diğer taraftan farklı bir bakış açısıyla Pirci ve Dalgıç (2021) ise hızla gelişen elektronik sektörü ve buna bağlı oluşturulan e-spor organizasyonlarının, yenilikçi yaklaşımla ele alındığında, turizm sektörünün mevsimsellik sorununu indirgemek için e-sporun önemli bir turizm çeşidine dönüşebileceğini ayrıca turizmden yeteri kadar pay alamayan şehirlerde bu tür faaliyetlerin yapılmasının teşvik edilmesi ile bölgesel fayda elde edilebileceğini ileri sürmektedir.

Sportif organizasyon çeşitliliği ve uygulama alanlarının önemine değinen katılımcı, yalnızca belirli bir kesime yönelik değil birçok kişi tarafından ulaşılabilir

destinasyonlar belirlenmesi gerektiğini vurgulamakta ayrıca altyapı ve güvenlik tedbirlerinin kapsamlı bir şekilde gerçekleştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Destekler nitelikte bir diğer katılımcı ise Türkiye'nin hali hazırda çok önemli ürün ve destinasyonlara sahip olmasına rağmen altyapı ve güvenlik eksikliklerinin kimi zaman endişelere sebebiyet verdiğini ayrıca destinasyonlarda ürün çeşitliliği ve tanımlamalarının yanı sıra nitelikli eğitmen ihtiyacının karşılanması gerektiğini vurgulamakta ve gelişime yönelik atılacak adımlarda yatırımcılara güven veren altyapı ve imkanların sunulmasının önemini ifade etmektedir. Destekler nitelikte Gülmez ve ark. (2019) ise Türkiye'nin en önemli su sporları destinasyonlarından Köprülü Kanyon üzerine yapmış oldukları araştırma sonucunda; rafting hizmeti sunacak olan eğitmenlere belirli yasal düzenlemelerin getirilmesi, işletmelerin mola ve bitiş noktasına güvenlik kameraları koymaları gerektiğini ayrıca yapılması istenilen diğer sportif faaliyetler için izin ve ruhsat sorunlarının çözülmesi gibi öneriler sunmakta ve rafting bölgesinin turizm alanı olarak ilan edilmesi gerektiğinin sonucuna varmaktadır.

Duman ve ark. (2021) göre düzenlenen sportif organizasyonlara katılım sağlayan spor turistlerinin, o bölgeden memnun kaldığı zaman ülkeyi tekrar ziyaret etme ihtimallerinin arttığını ayrıca gelen spor turistlerinin kendi ülkelerine geri dönüş yaptıklarında ülkenin tanıtımını yapma olasılığının yükseldiğini belirtmektedir. Bu durumun turizm gelirlerini artıracak ve ülke ekonomisine de olumlu yönde katkı sağlayacağını vurgulamaktadır. Her ne kadar spor turizmi özelinde ürün ve destinasyon çeşitliliği üzerine durulsa da farklı disiplinler ile ortak çalışmalar yürütülmesi gerektiğini ifade eden katılımcı ise spor turistlerinin sadece bir organizasyona katılma düşüncesiyle gelmeyebileceğini ayrıca farklı sosyal ve kültürel imkanlardan yararlanma isteğinin göz önünde bulundurularak paket programların hazırlanmasının önemini vurgulamaktadır. Bir diğer katılımcı ise destekler nitelikte ürün ve destinasyon çeşitliliğine sahip olursa da günün tamamını o etkinlik ile geçirmenin mümkün olmadığını ayrıca spor turistinin, destinasyon özelinde tarihi ve turistik diğer imkanlardan yararlanma isteğinin göz önünde bulundurularak paket programların sunulmasının gerektiğini ifade etmektedir. Diğer taraftan ürün ve destinasyon çeşitliliğinin artırılmasının önemine değinen katılımcı ise

özellikle toplumsal farkındalık oluşturmak için pilot çalışmalara ihtiyaç duyulduğunu ayrıca gastronomi turizminde olduğu gibi spor turizminde de sportif ürün çeşitliliğine yönelik coğrafi işaretleme yapılması gerektiğini ileri sürmektedir.

Bir ülkenin ekonomik kalkınmasının yanı sıra imaj ve tanıtımına turizm sektörünün sağlamış olduğu olumlu katkı bilinen bir gerçektir. Alternatif turizm türleri arasında yer alan spor turizmi ise her geçen gün artan ilgi ve talep ile büyümekte ve ülkeler için bir rekabet unsuru olmaktadır. Diğer taraftan genel turizm içerisinde önemli bir paya sahip olan spor turizminin, pazar payının artırımında ise tanıtım ve pazarlamaya ilişkin çalışmalar önemli bir yer tutmaktadır. Araştırmaya katılanların, spor turizminin gelişimine yönelik stratejik açıdan öncelikler arasındaki değerlendirmelerinde, tanıtım ve pazarlamaya ilişkin; markalaşma, sporcu ve kulüpler, kamplar ve organizasyonlar, fuarlar ve kongreler, turlar ve turizm ofisleri, reklam ve dijitalleşme, web-portal ve sosyal ağlar ile diplomasi öne çıkmaktadır.

Kıtalara özgü sportif organizasyonlar, dünya şampiyonaları ve olimpiyatların, sporun kendi dinamikleri içerisinde önemli bir yer tuttuğunu ve düzenleyen ülkelere, prestij kazandırmanın yanı sıra tanıtımına katkı sağladığını ifade eden katılımcı, uluslararası organizasyonların, Türkiye’de etkinlik spor turizmi çerçevesinde düzenlenmesinin ülke imaj ve tanıtımına olan katkısını ayrıca bu organizasyonlar sürecinde oluşturulan altyapı ve tesisler aracılığıyla da spor turizminin gelişimine olan etkisini vurgulamaktadır. Diğer taraftan Pandemi döneminde yaşanan zorluklara değinen bir diğer katılımcı ise Türkiye’de Spor Federasyonlarının düzenlemiş olduğu uluslararası kampların verimliliğini öne çıkarmakta ve artan talebi bu süreçte yapılan tanıtım çalışmaları ile ilişkilendirirken uluslararası kampların sayıca artırılmasının Türkiye’de spor turizminin gelişimine katkı sağlayacağını ileri sürmektedir.

Sporda markalaşmanın önemine değinen bir diğer katılımcı ise Türkiye’nin marka haline gelen sporcu (Naim Süleymanoğlu, Mete Gazoz, Kenan Sofuoğlu), kulüp (Vakıfbank, Anadolu Efes) ve organizasyonlarının (Avrasya Maratonu, Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu) spor turizminin gelişiminde tanıtım elçileri olarak ifade etmekte ve markalaşmaya yönelik çalışmaların yapılması gerektiğini

vurgulamaktadır. Benzer şekilde Göksu (2019) ise araştırmasının bulgularında; bireysel ve takım sporlarında elde edilen başarıların, sporcuların yanı sıra ülkelerin tanınırlığına olumlu katkı sağladığını ayrıca spor alanındaki başarıların kitle iletişim araçlarıyla ülke markasının oluşturulmasına destek verdiği sonucuna varmıştır. Bir diğer önemli çıkarım ise spor diplomasisinin, Türkiye'nin ülke markalaşmasında ve turizmde yer markalama sürecinde ilişki kurma açısından önemli rol oynayacağıdır. Katılımcılar ise Kore'nin Seul Olimpiyatları ile kamu diplomasisi örneğini ve Çin'in Pekin Olimpiyatları ile ticari pazar arayışını, spor diplomasisi aracılığıyla elde edilen kazanımları olarak ifade ederken bir diğer katılımcı ise belki de hiç tanınmayan ya da az bilinen bir ülkenin, etkinlik spor turizmi çerçevesinde düzenlemiş olduğu uluslararası organizasyonlar aracılığıyla kendini ifade etme şansı bulduğunu ve bu durumun, kamu diplomasisine olan katkısından bahsetmektedir. Bir diğer katılımcı ise spor turizminin gelişimi ve pazar payının artırımında uluslararası medya, şirket ve örgütler ile bağın kurulmasında diplomasinin önemine değinmektedir.

Spor turizminin tanıtımında çağın gerekliliği dijitalleşme olarak nitelendiren katılımcı, Türkiye'nin ulusal ve uluslararası birçok organizasyon düzenlediğini ancak duyurmak ve katılımcılara ulaşmak noktasındaki zorlukları aşmak için dijital ortamda reklam ve tanıtımların yapılması gerektiğini ileri sürmektedir. Bir diğer katılımcı ise destekler nitelikte daha fazla kitleye ulaşmak için sosyal ağların kullanılması gerektiğini, bu konuda yetersiz kaldığını ve pazarlama süreçlerinde uluslararası şirketler ile iş birliği halinde web-portal sisteminin oluşturulması gerektiğini ifade etmektedir. Spor turizminin gelişimi üzerine Lagarensen ve ark. (2018) yapmış oldukları araştırma sonucunda ise mevcut spor turizmi ürünlerinin pazarlanması da dahil olmak üzere spor turizmi faaliyetlerinin tüm sürecinde web siteleri ve e-ticaret gibi dijital medya kullanımlarının önemli bir araç olabileceğini ayrıca dijital inovasyona dayalı spor turizmini geliştirmek için dijital medya bilgilerinin genişletilmesinin yanı sıra web siteleri ve e-ticaret kullanımına tüm yönleriyle hakim olunması gerektiği sonucuna varmaktadır. Giritlioğlu (2014) ise yapmış olduğu araştırma sonucunda, Türkiye'de faaliyet gösteren yerel turizm ofislerinin web sitelerinde bölgelerine yönelik sanal tur uygulamasının eklenmesi gerektiğini ileri sürmekte ayrıca bu sanal turun, bölgede bulunan tüm tarihi ve

turistik değerleri içermesi gerektiği sonucuna varmaktadır. Araştırmaya katılanlar ise uluslararası pazara yönelik turizm ofislerinin gerekliliğini vurgulamakta ayrıca iç pazara yönelik tanıtım turlarının önemine değinmektedir.

Türkiye'nin çok önemli tesis ve uygulamalarının olmasına rağmen tanıtım ve pazarlanma noktasındaki eksikliklerine değinen katılımcı, çeşitli fuar ve kongrelerde pazar payının artırımına yönelik küresel şirketler ile çalışmalar yürütülmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Destekler nitelikte şengel ve ark. (2018) ise yapmış oldukları araştırma sonucunda kongre ve fuarların, ülke veya destinasyon tanıtımına katkı sağlanmakla birlikte firmaların kendilerini tanıtma olanağı sağladığını ve dayanışma fırsatı bulabildiklerini ifade etmekte ayrıca birbirlerini tamamlama özelliğine sahip tur operatörleri, acenteler ve konaklama işletmeleri ile diğer turizm işletmelerinin iş birlikleri kurabilmelerine katkı sağlayabildiğini ileri sürmektedir.

Kişisel deneyimi ile pazarlama stratejilerinin önemine değinen bir diğer katılımcı, sadece bir organizasyonun düzenlenmesine yönelik değil aynı zamanda etkinlik sonrası katılımcıların tüketim alışkanlıkları doğrultusunda çalışmalar yürütülmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Benzer şekilde Al-Msallam (2020) ise yapmış olduğu araştırma sonucunda, turizm pazarlamacılarının promosyon tekliflerini, potansiyel turistlerin değerlerine uyacak şekilde değiştirmeleri gerektiğini vurgulamakta ve turistlerin ihtiyaç ve isteklerinin tatmin edici bir şekilde karşılanması halinde daha keyifli bir turizm deneyimine yol açmasının yanı sıra onların turizm destinasyonu ile duygusal bir bağ geliştirmelerini ayrıca memnuniyetlerine ve sadakatlerine yol açacağını ileri sürmektedir.

Spor turizminin gelişim süreci söz konusu olduğunda yalnızca spor ve turizme ilişkin kurumsal yapılara değil aynı zamanda politik, stratejik ve yönetsel açıdan gelişime katkı sağlayacak birçok paydaşa gereksinim duyduğu söylenebilir. Farklı disiplinlerin ve birçok kurumsal yapının ilgi alanına dahil olan spor turizmi, gelişim ve sürdürülebilirlik süreçlerinde, bu paydaşların tam anlamıyla koordinasyonuna ihtiyaç duymaktadır. Araştırma kapsamında katılımcıların, spor turizminin gelişimine yönelik stratejik açıdan öncelikler arasındaki değerlendirmelerinde, paydaş iş birliği

kategorisinde: kamu kurumlarına ilişkin; etik ve kültür, regülasyon ve sertifikalandırma, destek ve tanıtma, arazi tahsisi ve alan açma, döviz kazandırıcı işlemler ile araç ve ekipman ayrıca yerel yönetimlere ilişkin; proje ve destek, imar ve altyapı ile yerel halk ve esnafa yönelik çalışmalar yer almaktadır. Spor federasyonlarına ilişkin; branşlaşma, teknik personel ve oryantasyonun yanı sıra üniversitelere ilişkin; uzmanlaşma, analiz, planlama ve program geliştirme bulunmaktadır. Diğer taraftan özel sektöre ilişkin ise stratejik ortaklık, finansman ve hareket kabiliyeti öne çıkmaktadır.

Spor turizminin gelişimi, spor etik ve kültürünün yaygınlaşmasıyla ilişkilendirilirken Milli Eğitim Bakanlığının her yaş kademesinde çalışmalar yürütmesi gerektiği ayrıca spor turizmine yönelik müfredat geliştirmenin önemine değinilmektedir. Değerlendirmelerde, etkinlik sürecinde belirli kurallara uymak gerektiği ve bu durumun organizasyona katılan spor turistlerinin memnuniyeti açısından önemli olduğu ayrıca paydaş olarak spor turizminin yaygınlaşmasına yönelik öncelikle Milli Eğitim Bakanlığının program geliştirmesi gerektiği sonucuna varılmaktadır. Tanıtım, pazarlama ve sertifikalandırma süreçlerinde sorumluluğun Kültür ve Turizm Bakanlığına ait olduğu ileri sürülürken Tanıtma Fonu aracılığıyla uluslararası organizasyonlara verilen desteğin artırılması gerektiği sonucuna varılmakta ve pazarlamaya ilişkin Yatırım Destek Ajansına dikkat çekilmektedir. Katılımcılar, genel bir kanı olarak Dışişleri Bakanlığının önemine değinirken diplomasiye yönelik daha aktif çalışmalar yürütülmesi ve dış misyonlarımıza, spor ataşelerinin atanması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik yeni alanlara ihtiyaç duyulduğu öne sürülürken Tarım ve Orman Bakanlığının hem koruma hem de alan açma konusunda, Çevre ve Şehircilik Bakanlığının ise arazi tahsisi ve tesis altyapıları konusunda önemli görevlerinin olduğu sonucuna varılmakta diğer taraftan yatırımcıları teşvik etmek açısından Gümrük ve Ticaret Bakanlığının spor turizmini döviz kazandırıcı işlemler kapsamına almasının önemine değinilmektedir. Spor ürün ve hizmetlerinin arzında yaşanan sorunlara ilişkin açıklamalarda, spor turizminin uygulama alanına giren ürünlerin Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı desteği ve kamu-özel ortaklığıyla Türkiye’de üretilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Değerlendirmeler arasında teknik detaylar,

envanter oluşturma, mevzuat ve politika geliştirme sürecinde Gençlik ve Spor Bakanlığının önemine değinilmekte ayrıca ürün ve ürün geliştirme ile teknik personel ve nitelikli işgücünün oryantasyonu konusunda Spor Federasyonlarının rolü ne çıkarılmaktadır. Spor turizminin gelişimi ve sürdürülebilir yapının oluşturulmasına ilişkin ise paydaş olarak üniversitelerin bilimsel analiz ve planlamalar ile katkı sağlayacağı, nitelikli iş gücü ve uzmanlaşmaya yönelik program geliştirebileceği ifade edilmektedir. Paydaş olarak yerel yönetimlerin önemine değinilirken yöreye özgü politika geliştirme ile imar-altyapı sorunlarının zm ve tanıtıma ilişkin alternatifler yer almakta ayrıca spor turizminin yaygınlaştırılmasına yönelik proje ve destek programları ne çıkarılmaktadır. Diğer taraftan sadece kamu kurum ve kuruluşları, bağımsız ve özerk idareler ile spor turizmini geliştirmenin mümkün olmadığı ve paydaş olarak özel sektörün önemli bir yer tuttuğu ileri sürülmekte ayrıca kamu-özel ortaklığına ilişkin stratejik ortaklıklara ihtiyaç duyulduğu vurgulanmaktadır. Katılımcılar, Türkiye’de özel sektörün küresel şirketler ile olan iş birliklerinin önemini; finansman desteği, tedarik zinciri, tanıtım ve pazarlama ağı, tesis ve işletmecilik boyutuyla vizyoner yaklaşımlar olarak öne çıkarmakta ve bu durumun sektöre hareket kabiliyeti kazandırdığı sonucuna varmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlara dayanılarak öneriler sunulmaktadır.

- Spor Turizmine Bakış Açısı Temasına İlişkin Sonuçlar:

Araştırmaya katılanların spor turizmini, bir spor organizasyonuna seyirci veya sporcu olarak katılmanın yanı sıra bir yeri gezme, görme ve tanıma üzerine kurulu serbest zaman aktivitesi, sosyo-kültürel bir etkinlik veya tematik bir turizm faaliyeti olarak gördüğü ayrıca ekonomik kazanımlar üzerine ilişkilendirdiği sonucuna varılmaktadır.

Türkiye’de spor turizminin, gelişime açık ve her geçen gün büyüyen bir sektör olarak görüldüğü ayrıca bölgesel avantajlarının yanı sıra jeopolitik kırılganlıklarının da olduğu, ülke genelinde coğrafi ve iklim koşullarının spor turizmine yatkın olmasına rağmen destinasyon çeşitliliğinin belirli merkezler ile sınırlı kaldığı, önemli geleneksel oyunları olmasına rağmen spor turizmine beklenen düzeyde kazandırılmadığı, uluslararası spor organizasyonlarının ülke tanıtımı ve tesisleşmesi yönüyle kazanımları olsa da bölgesel olarak ele alınması gerektiği sonucuna varılmaktadır.

Türkiye’nin spor turizminde rekabet edebilirlik açısından kimi dezavantajlarının da bulunduğu ancak bu durumun ürün çeşitliliği, tamamlayıcı aktiviteler, markalaşma ve bölgesel değerlerinin ön plana çıkarılması ile aşılabileceği diğer taraftan büyük ölçekli spor organizasyonlarının katkıları uluslararası alanda tartışma konusu iken Türkiye’nin bu organizasyonları fayda-maliyet yönüyle ele alması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan ele alındığında Türkiye’de spor turizminin; fırsat eşitliği ve farkındalık yaratacağı, etkinlik ve aktivitelerin suç

oranlarının azalmasına katkı sağlayacağı ve kültürel etkileşim yoluyla ülke imajına olumlu yansımalarının olacağı ayrıca spor turizminin marjinal faydasının genel turizm gelirlerine katkısı, pazar payının artırımı, tesisleşme ve istihdama olumlu etkisi ile bölgesel kalkınmayı artıracığı sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer taraftan spor turizmi etkinliklerinin yapılacağı bölgelerde çevre bilinci yaratacağı ve ıslah çalışmaları ile doğal mirasın korunmasına olumlu katkı sağlayacağı, bu süreçte doğa ile uyumlu tesislerin yapılması, geri dönüştürülebilir olması, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılması ve yerel halkın bu sürece dahil edilmesi gerektiği sonucuna varılmaktadır.

Türkiye’de spor turizminin gelişim sürecinde; bürokrasinin yanı sıra bu sürece etki eden kurumların öznel ve önyargılı yaklaşımları ile koordinasyon eksikliği aynı zamanda birbiri ile çelişen veya sistemin gelişimini olumsuz etkileyen mevzuat altyapılarının olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca, Türkiye’nin benimsemiş olduğu ekonomik modele bağlı olarak özelleştirme sürecinin spor turizmi gelişimine olumsuz etkilerinin olduğu diğer taraftan özel sektörün teşvik edilmesi, yönlendirilmesi ve desteklenmesi noktasında yetersiz kalındığı ve sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli iş gücü arzı ile yabancı dil sorununun çözümüne ilişkin çalışmaların yapılması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye’de gelenekselleşen turizm anlayışının, değişimin önünde bir engel olduğu, kısa vadeli beklentilerin plansız yaklaşıma yol açtığı, döviz beklentisinin yatırımları dış turizme yöneltmesi nedeniyle iç turizmin göz ardı edildiği ve gelişim sürecine dahil edilesi gereken yerel halkın bilinçlendirilemediği ayrıca etkin bir diplomasi ile Türkiye’ye karşı ön yargıların giderilmesi gerektiği sonucuna varılmaktadır.

- Stratejik Öncelikler Temasına İlişkin Sonuçlar:

Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik, çalışmalar arasında pazar payının artırımı söz konusu olduğunda, sektörün güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi ile fırsatların değerlendirilebileceği ayrıca kısa, orta ve uzun vadeli stratejik planlamalar ile genel turizm içerisinde spor turizminin payının artırılabilmesi sonucuna varılmaktadır. Bu doğrultuda uluslararası ölçekli

danışmanlık şirketleri ile sektöre ilişkin farklı kesimlerden temsilciler ve yerel halkın da dahil olduğu durum analizlerinin yapılması ayrıca belirli aralıklar ile çalıştayların düzenlenmesi gerektiği, bu bağlamda geliştirilen politikaların kapsayıcılığı ile karar alıcılardan başlayan ve karardan etkilenen tüm kesimlere kadar geri bildirim ihtiyacı duyulacağı sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer taraftan tesis, konaklama ve organizasyon envanterlerinin hazırlanması ile destinasyona yönelik ulaşım ve transfer ağının belirlenmesi ayrıca sektörü teşvik etmenin yanı sıra denetlemeye yönelik mevzuat altyapısının oluşturulması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Ulaşılan bir diğer sonuç ise nitelikli iş gücü ile yabancı dil sorununun sektörün ihtiyacına yönelik program geliştirme çalışmaları ile aşılabileceğidir.

Spor turizmine özgü tesisleşmenin, bir yaşam alanı çerçevesinde yerel kültürü temsil etmesi ve yöreye özgü simgeler ile tasarlanmasının yanı sıra ulaşım ve transfer planlamasının önemi anlaşılmaktadır. Uluslararası talep gören ve marka haline gelen spor branşlarına ilişkin tesis ve konaklama imkanları ile yüksek irtifaya yönelik yatırımların artırılması ve ölü sezon olarak adlandırılan dönemlerde mevcut tesislerin dönüştürülmesi ile işletme anlayışının geliştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer taraftan, tesislerin bakım, onarım ve işletme sorunlarının fayda-maliyet hesabı yapılarak çok amaçlı, kalıcı olmayan, dönüştürülebilen ve gelir artırıcı tesisler yoluyla aşılabileceği ve planlamaların etkinlik-verimlilik çerçevesinde analiz edilmesi ile etkin bir teşvik ve sponsorluk altyapısı oluşturulması gerektiği sonucuna varılmaktadır.

Yenilikçi yaklaşım ile hedef kitleye yönelik satın alma eğilimleri gözetilerek sezonun tamamına yayılan ve spor turizmi ürün ve ürün çeşitliliğinin artırımı ile destinasyonların belirlenmesi önem arz etmekte ve bu bağlamda iklim ve coğrafi özellikler çerçevesinde ülke geneline yayılan destinasyonların artırımı ve hedef kitleye yönelik tematik organizasyonların oluşturulması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Diğer taraftan, ürün çeşitliliği ile bu ürünlere ulaşımında toplumun tüm kesimlerinin gözetilmesi, ürün tanımlamalarının yanı sıra coğrafi işaretlemenin yapılması ve farklı sosyal ve kültürel imkanlardan yararlanma isteği gözetilerek hazırlanacak paket programların olması gerektiği sonucuna varılmaktadır. Bir diğer

sonuç ise ürün uygulamalarında nitelikli eğitmen ihtiyacının karşılanması, altyapı ve güvenlik tedbirlerinin alınması ile pilot çalışmaların yapılmasıdır.

Avrupa ve Dünya şampiyonaları ile Olimpiyatlar gibi mega organizasyonların yanı sıra uluslararası kampların; şehirler, bölgeler ve ülkelere tanıtım ve imaj konusunda olumlu yansıdığı ayrıca bu etkinlik ve faaliyetlerin düzenlenmesi ile spor turizminin tanıtımına ve pazarlanmasına katkı sağlayacağı sonucuna ulaşılmaktadır. Tanıtım ve pazarlama aşamasında markalaşmanın öne çıktığı görülmekte ve bu süreçte başarılı sporcu, kulüp ve etkinliklerin desteklenmesinin yanı sıra uluslararası medya, örgüt ve şirketler ile ticari bağın kurulması gerektiği ayrıca tanıtım sürecinde dijitalleşmeden yararlanılması, sosyal ağ ve platformlarda yer alınması ile oluşturulacak web-portal üzerinden sanal turlarının gerçekleştirilmesi gerektiği sonucuna varılmaktadır. Diğer bir sonuç ise sektöre yönelik fuar ve kongrelere katılım sağlanmasının yanı sıra tanıtım ofislerinin yaygınlaştırılması ve yurt içi tanıtım turlarının düzenlenmesidir.

Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik; spor etik ve kültürünün yaygınlaştırılması için müfredat ve program geliştirme sürecinde Milli Eğitim Bakanlığının, tanıtım ve pazarlama ile sistemi düzenleyen uluslararası sertifikalandırma sürecinde Kültür ve Turizm Bakanlığının, spor ataşeleri aracılığıyla diplomasi çalışmaları sürecinde Dış İşleri Bakanlığının, kamu arazilerinin korunması ve alan açılması sürecinde Tarım ve Orman Bakanlığının, arazi tahsis ve tesis altyapıları sürecinde Çevre ve Şehircilik Bakanlığının, spor turizminin döviz kazandırıcı işlemler kapsamına alınması sürecinde Gümrük ve Ticaret Bakanlığının, spor turizminin ihtiyaç duyacağı ürünlerin tedarik edilmesi veya Türkiye’de üretilmesi sürecinde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının, mevzuat ve politika geliştirme ile envanter oluşturma sürecinde Gençlik ve Spor Bakanlığının, ürün ve ürün geliştirme ile nitelikli iş gücünün oryantasyonu sürecinde Spor Federasyonlarının, bilimsel analiz ve planlama ile uzmanlaşma sürecinde Üniversitelerin, imar-altyapı ile bölgeye özgü tanıtım ve politika geliştirme sürecinde Yerel Yönetimlerin, uluslararası iş birliği ve tedarik zincirinin kurulması ile

finansman desteği sürecinde özel sektörün paydaş olarak yer alması gerektiği ayrıca etkin bir koordinasyona ihtiyaç duyulduğu sonucuna varılmaktadır.

- Araştırmacılara Yönelik Öneriler:

Spor turizminin gelişimine yönelik yapılan bu araştırmada, nitel araştırma yöntemi ve fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda ise “durum çalışması” yapılarak farklı bir yaklaşım geliştirilebilir ve spor turizminin faaliyet alanlarına ilişkin yeni bir boyut kazandırabilir.

Araştırmada veriler, bireysel görüşmeler ve odak grup görüşmesi sonucunda elde edilmiştir. Sonraki çalışmalarda “doküman analizi” yöntemi de kullanılarak spor turizmi alanında daha fazla veri toplanabilir ve araştırmaya farklı bir bakış açısı kazandırılmaya çalışılabilir.

Araştırmacılar, nitel ve nicel araştırma yöntemlerini (karma) birlikte kullanarak farklı sonuçlar elde etmeye çalışılabilir.

Araştırmacıların, katılımcıları belirlemede hassas davranması çalışma sonuçlarının aktarılabilirliği açısından önem arz etmektedir. Katılımcılar, bu doğrultuda amaçlı örneklem ve maksimum çeşitlilik sağlanarak belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede araştırmacıların, derinlemesine veriler elde edilmesine yönelik farklı örnekleme yöntemlerini de tercih edebilir.

Bu araştırmanın katılımcıları, spor alanına ilişkin birden çok kurum ve meslek gruplarından oluşmaktadır. Ancak araştırmaya yeni bir yön ve derinlik kazandırmak için spor turizmi ile ilişkili farklı disiplinlerden katılımcılar da dahil edilebilir.

Araştırmada, bir odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerinin sayısı artırılarak yeni bir veri elde edilmeye çalışılabilir veya farklı sonuçlar ortaya çıkıp çıkmadığı tespit edilebilir.

- Araştırma Sonuçlarına İlişkin Öneriler:

Spor turizmi kavramının gelişimine ilişkin; eğitim kurumları, program ve müfredatlarında spor turizmine yer vermeli ayrıca kamu kurum ve kuruluşları, tanıtım ve farkındalığı artırıcı çalışmalar yapmalıdır.

Türkiye’de spor turizmine ilişkin; önemli merkezlerin sayısı planlı bir şekilde artırılmalı ve uluslararası faaliyetlerin Türkiye’de daha fazla düzenlenebilmesine yönelik çalışmalar yürütülmelidir.

Uluslararası karşılaştırmalara ilişkin; Türkiye’nin coğrafi özellikleri göz önünde bulundurularak planlamalar yapılmalı, markalaşmaya ilişkin çalışmaların yanı sıra başarılı ülke ve organizasyonlara yönelik incelemeler gerçekleştirilmelidir.

Sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin; spor turizmine yönelik yatırımlar, şehirler yerine bölgesel açıdan değerlendirilmeli, fayda-maliyet ve marjinal fayda gözetilirken yenilenebilir ve dönüştürülebilir olmalıdır.

Engellere ilişkin; kamu kurum ve kuruluşları tam bir eş güdüm halinde hareket etmeli, diplomatik çalışmalar hızlandırılmalı ayrıca orta ve uzun vadeli yatırımlar desteklenmelidir.

Eğitim ve araştırmaya ilişkin; sistematik bir şekilde durum analizi yapılmalı, nitelikli iş gücü yetiştirilmeli, mevzuat alt yapısı oluşturulmalıdır. Ayrıca spor turizmine özgü bir harita oluşturulmalı ve yatırımlar için envanter hazırlanmalıdır.

Tesis ve işletmelere ilişkin; fayda-maliyetin yanı sıra etkinlik ve verimlilik gözetilirken konaklama kapasiteleri artırılmalı, yaşam alanları ve mimariye özen gösterilmeli ayrıca teşvik ve sponsorluk altyapısı oluşturulmalıdır.

Ürün ve destinasyona ilişkin; hedef kitleye yönelik çalışmalar yapılmalı, pilot bölgeler oluşturulurken paket programlar hazırlanmalı ve jeopolitik konum gözetilmelidir.

Tanıtım ve pazarlamaya ilişkin; uluslararası kamp ve turnuva sayısı artırılmalı, web-portal, reklam ve dijitalleşme çalışmaları yapılmalı ayrıca uluslararası kongre ve fuarlara katılım sağlanmalıdır.

Paydaş iş birliğine ilişkin; Gençlik ve Spor Bakanlığı çatısı altında sadece spor turizmi ile ilgilenecek bir kurul oluşturulmalı ve bu kurul diğer paydaşlar ile iş birliği içinde çalışmalı ayrıca paydaş iş birliğinin sağlanması konusunda etkili iletişim ve koordinasyona yönelik taşra teşkilatında oluşturulacak şubeler aracılığıyla spor turizmini teşvik etme ve yönlendirme rolü benimsenmelidir.

ÖZET

Türkiye’de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Politika ve Önceliklere İlişkin Bir Araştırma

Türkiye’de spor turizminin gelişimine yönelik politika ve önceliklerin belirlenmesini amaçlayan bu çalışmada araştırma konusu çerçevesinde sorulara derinlemesine cevap bulabilmek için nitel araştırma yöntemi tercih edilmiş ve fenomenoloji desenli yaklaşım benimsenmiştir. Bu doğrultuda araştırmanın katılımcıları amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt amaçlı örnekleme ile belirlenmiş ve 21 kişi ile bireysel görüşme (3 ön görüşme ve 18 ana katılımcı) ve görüşmelere katılan 6 kişi ile odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar için belirlenen ölçütler ise Gençlik ve Spor Bakanlığı ile Spor Federasyonlarında görev yapmanın yanı sıra araştırma konusu çerçevesinde çalışmalara katılmış uzman ya da üst düzey yönetici olmaları veya spor bilimleri alanında çalışma yapan akademisyen olmalarıdır. Geçerlik ve güvenilirlik stratejileri nitel araştırmalarda “inandırıcılık”, “aktarılabilirlik” ve “tutarlılık” şeklinde isimlendirilmektedir. İndandırıcılık stratejisi için “uzman incelemesi”, “veri çeşitlemesi” ve “katılımcı doğrulaması” tekniklerinden yararlanılmıştır. Aktarılabilirlik stratejisi için “ayrıntılı betimleme” ve “amaçlı örnekleme” kullanılmıştır. Tutarlılık stratejisi için veri toplama araçları standardize edilmiş ve her katılımcı ile aynı sistematikte görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Verilerin çözümlenmesinde “betimsel analiz” ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma bulgularını desteklemek için doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Yine verilerin çözümlenmesinde veri kütesinin büyüklüğü sebebiyle “Maxqda 2022 Analytics Pro” programdan yararlanılmıştır.

Bireysel görüşmeler ve odak grup görüşmelerinden elde edilen bulgular 2 ana tema ve her iki temaya ait beşer kategoriden oluşmuştur. Amaç doğrultusunda oluşturulan spor turizmine bakış açısı ve stratejik öncelikler temaları ve temalara ait kategoriler halinde tartışılmıştır. Nitel verilerden elde edilen sonuçlara göre destinasyon çeşitliliğinin belirli merkezler ile sınırlı kaldığı, önemli geleneksel oyunları olmasına rağmen spor turizmine beklenen düzeyde kazandırılmadığı, rekabet edebilirlik açısından ürün çeşitliliği, tamamlayıcı aktiviteler, markalaşma ve bölgesel değerlerinin ön plana çıkarılması ile aşılabileceği, sosyal, ekonomik ve çevresel açıdan ele alındığında birçok kazanım elde edeceği, kısa, orta ve uzun vadeli stratejik planlamalar ile genel turizm içerisinde spor turizminin payının artırılabilceği ayrıca tesislerin fayda-maliyet değerlemesi yapılarak çok amaçlı, kalıcı olmayan, dönüştürülebilir ve gelir artırıcı tesisler olması gerektiği, gelişim sürecinde başarılı sporcu, kulüp ve etkinliklerin desteklenmesinin yanı sıra uluslararası medya, örgüt ve şirketler ile ticari bağın kurulması gerektiği ve spor turizminin gelişim sürecinde birçok paydaşın etkin bir koordinasyon ile hareket etmesinin önemi ön plana çıkmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Politika, Spor Turizmi, Strateji

SUMMARY

A Study on Policies and Priorities for the Development of Sports Tourism in Turkey

Qualitative research method was preferred and a phenomenological patterned approach was adopted in order to find in-depth answers to the questions within the framework of the research topic in this study, which aims to determine Policies and Priorities for the Development of Sports Tourism in Turkey. The participants of the research were determined by criterion sampling which is a kind of the purposive sampling method, and individual interviews were conducted with 21 people (3 preliminary interviews and 18 main participants) and afterwards a focus group discussion conducted with 6 people who participated in the interviews earlier. The criteria set for the participants are academicians who work for sport sciences or high level manager and attendees to studies of this study title who are employees of Minister of Sport and Sport Federations. Validity and reliability strategies are named as “credibility”, “transferability” and “consistency” in qualitative research. “Expert review”, “data diversity” and “participant verification” techniques were used for the credibility strategy. “Detailed description” and “purposive sampling” were used for the transferability strategy. Data collection tools were standardized for the consistency strategy and interviews were conducted in the same systematic way with each participant. To analyse the data “Descriptive analysis” and “Content analysis” methods were used. Direct quotations are welcomed to support the research findings. “Maxqda 2022 Analytics Pro” program was used to analyse the data due to the size of the data mass.

The findings obtained from individual interviews and focus group interviews consisted of 2 main themes and five sub themes belonging to both of them. The perspective of sports tourism, which was created in line with the purpose, and the strategic priorities themes discussed by categories of these. Destination diversity is limited to certain places, traditional games can not reach sports tourism to the expected level although their importance, By product diversity, complementary activities, branding and highlighting regional values would be powerful for competitiveness, it will acquire many gains when considered from social, economic and environmental perspectives, it is possible to increase the share of sports tourism in general tourism with short, medium and long-term strategic planning, in result of cost-benefit valuation, facilities should be multi-purpose, non-permanent, convertible and income-increasing, supporting successful athletes, clubs and events in the development process, the necessity of establishing commercial relationships with international media, organizations and companies, the importance of effective coordination of many stakeholders in the development process of sports tourism come out according to the results obtained from the qualitative data.

Keywords: Politics, Sports Tourism, Strategy

KAYNAKLAR

- ABDEL AZIM AHMED T S (2017). A triple bottom line analysis of the impacts of the Hail International Rally in Saudi Arabia. *Managing Sport and Leisure*, **22**(4): 276-309.
- ACUNER Ş A (2006). Turizmde Sürdürülebilirlik Anlayışı İçerisinde Alternatif Turizm Türlerinin Yeri. *Verimlilik Dergisi*(4).
- AKKUŞ G, AKKUŞ Ç (2019). Kastamonu İlçeleri Temel Turistik Arz Kaynakları Envanteri: Tabiat Turizmi Alt Türleri ve Doğa Sporları. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, **4**(2): 146-164.
- AL-MSALLAM S (2020). The impact of tourists' emotions on satisfaction and destination loyalty—an integrative moderated mediation model: tourists' experience in Switzerland. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, **3**(5): 509-528.
- ALAEDDINOĞLU F, ROL S (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(Salgın Hastalıklar Özel Sayısı): 233-258.
- ARGAN M (2004). Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, **15**(2): 158-168.
- ARNEGGER J, HERZ M (2016). Economic and destination image impacts of mega-events in emerging tourist destinations. *Journal of destination marketing & management*, **5**(2): 76-85.
- BALE J. (2002). Sports geography. Routledge.
- BAYRAKTAR Y, AKSAKALLI Z, SELÇUK G N (2017). Yeni Turistik Ürün Olarak Futbol-Kamp Turizmi: Erzurum Yüksek İrtifa Kampı Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, **2**(2): 199-210.
- CEMALI S (2010). Alanya İlçesi'nin Alternatif Turizm Kaynakları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, **20**(1).
- CHALIP L, LEYNS A (2002). Local business leveraging of a sport event: Managing an event for economic benefit. *Journal of sport Management*, **16**(2): 132-158.
- CHEUNG S Y, MAK J Y, DIXON A W (2016). Elite active sport tourists: Economic impacts and perceptions of destination image. *Event Management*, **20**(1): 99-108.
- CİNGİ M C (2021). Sektörel Bakış: Destinasyonlarda Kış Turizminin Geliştirilmesinde Kış Sporları ve Turizm Merkezlerinin Önemi: Erciyes Kış Sporları ve Turizm Merkezine Yönelik Bir Değerlendirme. *Erciyes Akademi*, **35**(4): 1324-1337.

- CLARK R, MISENER L (2015). Understanding Urban Development Through a Sport Events Portfolio: A Case Study of London, Ontario. *Journal of sport Management*, **29**(1).
- COAKLEY J J. (1990). Sport in society: Issues and controversies. CV Mosby Company.
- COLLINS M (1991). The economics of sport and sports in the economy: some international comparisons. *The economics of sport and sports in the economy: some international comparisons.*: 184-214.
- COLLINS M, JACKSON G (1999). The economic impact of sport and tourism. *Sport tourism*: 169-202.
- CRESWELL J W, CRESWELL J D. (2017). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. SAGE Publications.
- CRONE J (1999). Toward a theory of sport. *Journal of Sport Behaviour*, **22**: 321-340.
- CUBIZOLLES S (2015). Sport and social cohesion in a provincial town in South Africa: The case of a tourism project for aid and social development through football. *International Review for the Sociology of Sport*, **50**(1): 22-44.
- DE KNOP P (1990). Sport for all and active tourism. *World Leisure & Recreation*, **32**(3): 30-36.
- DEERY M, JAGO L (2005). The management of sport tourism. *Sport in Society*, **8**(2): 378-389.
- DUMAN S, ŞAHİN H M, ULUÇ E A, BULUT Ç (2021). Spor Turizminin Türkiye Açısından Ekonomik Boyutu. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, **6**(4): 367-383.
- EKENCİ G, GÖZEN M (1998). Türkiye'de Spor Tesis ve Hizmetlerinin Özelleştirilmesi. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, **5**(2): 67-78.
- ERGE T (2018). Türkiye ve İsviçre'nin Kış Turizmi Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Çalışma. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, **2**(1): 10-31.
- ERİŞEN Y (1998). Program geliştirme modelleri üzerine bir inceleme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, **13**(13): 79-97.
- FIRAT B F, TANYERİ Y (2022). Kamu Arazilerine Kar Sporları Tesisi Yapan Girişimcilerin Karşılaştığı Sorunlar. *Research in Sport Education and Sciences*, **24**(2): 54-59.

- FREDLINE E (2005). Host and guest relations and sport tourism. *Sport in Society*, **8**(2): 263-279.
- GALLAGHER A J, VIANNA G M, PAPASTAMATIOU Y P, MACDONALD C, GUTTRIDGE T L, HAMMERSCHLAG N (2015). Biological effects, conservation potential, and research priorities of shark diving tourism. *Biological Conservation*, **184**: 365-379.
- GAMMON S, ROBINSON T (2003). Sport and Tourism: A Conceptual Framework. **8**(1): 21-26.
- GIBSON H J (1998). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport management review*, **1**(1): 45-76.
- GIORGI A (1997). The theory, practice, and evaluation of the phenomenological method as a qualitative research procedure. *Journal of phenomenological psychology*, **28**(2): 235-260.
- GIRITLIOĞLU İ (2014). Türkiye’de Yerel Turizm Ofislerinin Web Site İçeriklerinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, **11**(1): 89-102.
- GLYPTIS S, JACKSON G. (1993). Sport and tourism: mutual benefits and future prospects. Leisure in Different Worlds, Third International Leisure Studies Association conference, Loughborough University, UK,
- GOZALOVA M, SHCHIKANOV A, VERNIGOR A, BAGDASARIAN V (2014). Sports tourism. *Polish journal of sport and tourism*, **21**(2): 92.
- GÖKSU O (2019). Türkiye’nin Ülke Markasının İnşası Sürecinde Kamu Diplomasisi Ekseninde Sporun Rolü. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, **5**(2): 403-433.
- GRUNEAU R S (1980). Freedom and constraint: The paradoxes of play, games, and sports. *Journal of sport history*, **7**(3): 68-86.
- GUBA E G, LINCOLN Y S (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Ectj*, **30**(4): 233-252.
- GÜLMEZ M, SOYSAL A N, BÜYÜKDAĞ N (2019). Rafting Su Sporları İşletmelerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, **6**(12): 99-111.
- HALL C M (1992). Adventure, sport and health tourism. *Adventure, sport and health tourism.*: 141-158.

- HEATH E, WALL G. (1991). Marketing tourism destinations: a strategic planning approach. John Wiley & Sons, Inc.
- HIGHAM J (1999). Commentary-sport as an avenue of tourism development: An analysis of the positive and negative impacts of sport tourism. *Current Issues in Tourism*, 2(1): 82-90.
- HINCH T, HIGHAM J (2003). Sport tourism development. *Sport tourism development*.
- HINCH T D, HIGHAM J E (2001). Sport tourism: A framework for research. *International journal of tourism research*, 3(1): 45-58.
- HRITZ N, ROSS C (2010). The perceived impacts of sport tourism: An urban host community perspective. *Journal of sport Management*, 24(2): 119-138.
- HUGGINS M (2013). Sport, tourism and history: current historiography and future prospects. *Journal of Tourism History*, 5(2): 107-130.
- JAKSIC-STOJANOVIC A, JANKOVIC M, SERIC N (2019). Montenegro as high-quality sports tourism destination-trends and perspectives. *Sport Mont*, 17(1): 93-95.
- JAMIESON N. (2014). Sport tourism events as community builders—how social capital helps the “locals” cope. *Journal of convention & event tourism*,
- JANKOVIC M, JAKSIC-STOJANOVIC A (2019). Challenges of sports branding. *Sport Mont*, 17(1): 75-78.
- KARADENİZ E, GÜDÜK T (2015). Mersin ili spor turizmi potansiyelinin SWOT analiziyle değerlendirilmesi. *Journal of Tourism Theory and Research*, 6(2): 115-129.
- KARAKAŞ A, ASLAN A, ESEN Ş (2019). Turizm teşvik ve desteklerinin paydaşların bakış açısıyla değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10: 366-375.
- KLEIMAN S (2004). Phenomenology: To wonder and search for meanings. *Nurse researcher*, 11(4).
- KORGAVUŞ B (2017). Erzurum Palandöken’in Kış Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *ATA Planlama ve Tasarım Dergisi*, 1(1): 13-23.
- KURTZMAN J (2005). Sports tourism categories. *Journal of Sport Tourism*, 10(1): 15-20.
- KURTZMAN J, ZAUHAR J (1997). A wave in time—the sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 4(2): 7-24.

- LAGARENSE B E S, HIDAYAH T, ABDILLAH F. (2018). Digital technology and Pentahelix Role model for Sport tourism event of IVCA 2018 in Bali. 2018 International Conference on Applied Science and Technology (ICAST),
- LEE T H, JAN F-H (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, **70**: 368-380.
- LEIPER N (1981). Towards a cohesive curriculum tourism: The case for a distinct discipline. *Annals of tourism research*, **8**(1): 69-84.
- LIU D, HAUTOBOIS C, DESBORDES M (2017). The expected social impact of the Winter Olympic Games and the attitudes of non-host residents toward bidding: The Beijing 2022 bid case study. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*.
- MALCHROWICZ-MOSKO E, MUNSTERS W (2018). Sport tourism: A growth market considered from a cultural perspective. *Ido Movement for Culture. Journal of Martial Arts Anthropology*, **18**(4): 25-38.
- MASCARENHAS M, PEREIRA E, ROSADO A, MARTINS R (2021). How has science highlighted sports tourism in recent investigation on sports' environmental sustainability? A systematic review. *Journal of Sport & Tourism*, **25**(1): 42-65.
- MCINTOSH R W, GOELDNER C R, RITCHIE J B. (1995). *Tourism: principles, practices, philosophies*. John Wiley and Sons.
- MCPHERSON B D, CURTIS J E, LOY J W. (1989). *The social significance of sport: An introduction to the sociology of sport*. Human Kinetics Publishers.
- MERRIAM S B, TISDELL E J. (2015). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons.
- MILES M B, HUBERMAN A M (2015). Nitel veri analizi. *Çev. Ed Sadegül Akbaba Altun ve Ali Ersoy*. Ankara: Pegem Akademi.
- MIRZAIE S, SALIMI M, RAHIMI SARSHABADRANI G (2022). The Role of Sports Tourism Development in Job Creation: Providing a Model. *Journal of New Studies in Sport Management*, **3**(2): 442-451.
- MORSE J M. (1995). The significance of saturation. In (Vol. 5, pp. 147-149): Sage publications Sage CA: Thousand Oaks, CA.
- MURPHY P (1985). *Tourism: a community approach*. Methuen: New York and London. *Tourism Review*, **6**(2): 9-10.
- MUTLU E-E, BAŞER G (2020). Turizm yatırım teşvikleri çerçevesinde Antalya. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, **31**(3): 264-275.

- NOGAWA H, YAMAGUCHI Y, HAGI Y (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in sport-for-all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of travel research*, 35(2): 46-54.
- ÖZBAY G (2018). Alternatif Turizm Politikaları İçerisinde Kış Turizmi: Türkiye'ye Yönelik Swot Analizi. *The Journal Of International Lingual Social And Educational Sciences*, 4(2): 203-213.
- ÖZBEK M (2014). Turizm Amaçlı Su Altı Ve Su Üstü Sportif Faaliyetler: Bugünü Geleceği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6(2): 27-48.
- PATTON M Q. (2002). Qualitative research & evaluation methods. sage.
- PATTON M Q. (2014). Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice. Sage publications.
- PENG S, ZHOU Y (2022). Allocation and Optimization of Public Sports Facilities Resources in International Tourist Cities Based on Fuzzy Multicriteria Decision-Making Algorithm. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022.
- PIGEASSOU C (2004). Contribution to the definition of sport tourism. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3): 287-289.
- PIRCI T K, DALGİÇ A (2021). E-Spor ve Turizm İlişkisi: Organizatörler ve Katılımcılar Gözünden Bir Değerlendirme. *Journal of New Tourism Trends*, 2(2): 108-124.
- PITTS B G (1999). Sports tourism and niche markets: Identification and analysis of the growing lesbian and gay sports tourism industry. *Journal of Vacation Marketing*, 5(1): 31-50.
- POP I, KANOVICI A, GHIC G, ANDREI M (2016). The economic effects of the mega sport events on tourism in the BRICS countries case. *Amfiteatru Economic Journal*, 18(Special Issue No. 10): 960-975.
- PRAYAG G, HOSANY S, NUNKOO R, ALDERS T (2013). London residents' support for the 2012 Olympic Games: The mediating effect of overall attitude. *Tourism Management*, 36: 629-640.
- PREUSS H. (2018). A framework for identifying the legacies of a mega sport event. In *Leveraging Mega-Event Legacies* (pp. 29-50). Routledge.
- RITCHIE B W, ADAIR D. (2004). Sport tourism: Interrelationships, impacts and issues (Vol. 14). Channel View Publications.
- ROSE P, BEEBY J, PARKER D (1995). Academic rigour in the lived experience of researchers using phenomenological methods in nursing in nursing. *Journal of Advanced Nursing*, 21(6): 1123-1129.

- SCHLEMMER P, BARTH M, SCHNITZER M. (2020). Research note sport tourism versus event tourism: Considerations on a necessary distinction and integration. *Journal of Convention & Event Tourism*,
- SCHNITZER M, SCHLEMMER P, KRISTIANSEN E (2017). Youth multi-sport events in Austria: tourism strategy or just a coincidence? *Journal of Sport & Tourism*, **21**(3): 179-199.
- SEGGIE F, BAYYURT Y (2015). Nitel araştırma yöntemlerine giriş. *Nitel araştırma yöntem, teknik, analiz ve yaklaşımları içinde (70-82)*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- SIMSEK H, YILDIRIM A (2011). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri Ankara: Seckin Yayıncılık.
- SMITH S L (1988). Defining tourism a supply-side view. *Annals of tourism research*, **15**(2): 179-190.
- STANDEVEN J, KNOP P D. (1998). Sport tourism. Human Kinetics Publishers.
- STRATEJİ T C C, BAŞKANLIĞI B. (2019). *On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023)*.
- SUNAY H. (2021). Spor Yönetimi (Vol. 4.). Gazi Kitabevi.
- ŞENGEL Ü, ZENGİN B, ŞENGEL T, İŞKİN M (2018). Kongre ve Fuar Organizasyonlarının Turizm Sektörüne Etkileri: EMİTT Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, **7**(1): 4-20.
- TEREKLI M S, ÇOBANOĞLU H O (2018). Mega Spor Organizasyonlarının Ekonomik Etkilerinin Türkiye Açısından Avantaj ve Dezavantajları. *The Journal of Social Science*, **2**(3): 95-107.
- TOY G (2021). Kamu Hizmetlerinde Bürokratik Kültürden Vatandaş Odaklılığa Dönüşüm. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, **21**(2): 317-340.
- TURCO D, EISENHARDT H (1998). Exploring the sport tourism connection. *ICHPER. SD Journal*, **34**(2): 25-27.
- UNWTO U. (2016). UNWTO tourism highlights. In: UNWTO Madrid.
- VAN RHEENEN D, CERNAIANU S, SOBRY C (2017). Defining sport tourism: A content analysis of an evolving epistemology. *Journal of Sport & Tourism*, **21**(2): 75-93.
- VEHMAS H (2010). Rationale of active leisure: Understanding sport, tourism and leisure choices in the Finnish society. *Ido Mov. Cult*, **10**: 121-127.

- WANG C, LU L, XIA Q (2012). Impact of tourists' perceived value on behavioral intention for mega events: Analysis of inbound and domestic tourists at Shanghai World Expo. *Chinese geographical science*, **22**(6): 742-754.
- WEAVER D, OPPERMANN M. (2000). Tourism management. John Wiley and Sons.
- WEED M. (2006). Sports tourism and the development of sports events. International City and Place Marketing Conference.,
- WEED M, BULL C (1997). Influences on sport-tourism relations in Britain: The effects of government policy. *Tourism recreation research*, **22**(2): 5-12.
- WEED M, BULL C (2004). Sports tourism: participants, policy and providers. *Sports tourism: participants, policy and providers*.
- WHITSON D, MACINTOSH D (1993). Becoming a world-class city: Hallmark events and sport franchises in the growth strategies of Western Canadian cities. *Sociology of Sport Journal*, **10**(3): 221-240.
- WISE N (2016). Outlining triple bottom line contexts in urban tourism regeneration. *Cities*, **53**: 30-34.
- WOODHAM A L (2016). Sport, history, and heritage: studies in public representation. *International Journal of Heritage Studies*.
- YAĞMURLU A (2019). Kamu Diplomasisi Bakışından Spor Diplomasisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, **18**(4): 1367-1380.
- YANG J-J, LO H-W, CHAO C-S, SHEN C-C, YANG C-C (2020). Establishing a sustainable sports tourism evaluation framework with a hybrid multi-criteria decision-making model to explore potential sports tourism attractions in taiwan. *Sustainability*, **12**(4): 1673.
- YİLDİRİM A, SIMSEK H. (2011). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri Ankara: Seckin Yayıncılık.
- YÜCEL E, ARİKAN A (2019). Turizm Personelinin Yabancı Dil Gereksinimleri: Antalya Örneği. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, **9**(17): 657-668.
- ZAUHAR J (2004). Historical perspectives of sports tourism. *Journal of Sport & Tourism*, **9**(1): 5-101.

EKLER

EK-1 Etik Kurul Onayı



T.C
ANKARA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu Başkanlığı

Sayı : 56786525-050.04.04 /13001
Konu : Etik Kurul Kararı Hakkında

30.04.2021

Sayın Kürşad ERGÜN
Sağlık Bilimleri Enstitüsü

İlgi: 02/03/2021 tarihli başvurunuz.

"Türkiye'de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Politika ve Stratejilere İlişkin Bir Araştırma" başlıklı teziniz ile ilgili olarak Ankara Üniversitesi Etik Kurulunun 26/04/2021 tarihli toplantısında alınan 07/81 sayılı kararın bir örneği ilişikte gönderilmektedir.
Bilgilerinizi saygılarımla rica ederim.

EKLER:
Karar Örneği (1 sayfa)

EK-2 Gençlik ve Spor Bakanlığı Araştırma İzni



T.C.
GENÇLİK VE SPOR BAKANLIĞI
Eğitim, Araştırma ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü

Sayı : E-36592570-604.02-570759

14.06.2021

Konu : Araştırma İzni

DAĞITIM YERLERİNE

İlgi : a) 27.05.2021 tarihli ve 33665751-128/217 sayılı yazınız.
b) Bakanlığımız 27/07/2020 tarihli ve 754387 sayılı Araştırma İzinleri Genelgesi.

İlgi (a) yazı ile başvurusu yapılan "Türkiye'de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Politika ve Stratejilere İlişkin Bir Araştırma" başlıklı araştırma izni talebi Gençlik ve Spor Bakanlığı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından ilgi (b) Genelge çerçevesinde değerlendirilmiş ve söz konusu araştırmanın ilgili kurumlarda yürütülmesi uygun bulunmuştur. Tüm araştırma uygulamaları ilgi (a) yazı ile başvuruyu gerçekleştiren **araştırmacılar tarafından** yürütülecek olup, anket vb. uygulamalar **kurum yetkilileri** tarafından yürütülmeyecektir. Kurum yetkilileri araştırmalara, gönüllülük esasına göre, katılımcı olarak destek verebileceklerdir. Buna göre;

a) Araştırma kapsamında veri toplama ile ilgili her türlü iş ve işlem ilgi (b) Genelge doğrultusunda araştırmacı(lar) tarafından yürütülecektir. Araştırmacı(lar) tarafından araştırmalarda elde edilen veri setlerinin uygulama tamamlandıktan sonra 30 (otuz) gün içerisinde Bakanlık tarafından istenilen formatta, araştırmaların sonuç raporlarının ise çalışma bitiminden itibaren 30 (otuz) gün içerisinde Eğitim, Araştırma ve Koordinasyon Genel Müdürlüğüne ulaştırılması, araştırma raporlarında kurumsal gizliliğin korunması, üretilecek bildiri, tez, makale ve benzeri yayınlarda Bakanlık isminin verilmemesi gerekmektedir.

b) Araştırma sürecinin gözetim ve denetimi, ilgili kurum müdürlükleri ile Gençlik ve Spor İl Müdürlükleri tarafından gerçekleştirilecektir. Bu çerçevede; (1) örneklemdaki kişilerin reşit olmamaları durumunda velilerin yazılı izinlerinin alınması, (2) onay verilen araştırma faaliyetleri kapsamı dışında hiçbir uygulama ve etkinlik yapılmaması, (3) araştırmanın uygulanması esnasında öncelikle kurum faaliyetlerinin aksatılmaması, (4) tüm araştırma süreçlerine katılımda gönüllülüğün esas alınması, (5) Eğitim, Araştırma ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü tarafından mühürlenmiş veri toplama araçları dışında bir araç ya da form kullanılmaması, (6) araştırmanın kurumlarda uygulanmasından kaynaklanabilecek her türlü fiziksel zararın araştırmacı(lar) tarafından karşılanması, (7) araştırmada ticari amaç güdülmemesi ve katılımcılardan ücret talep edilmemesi (8) araştırmanın ilgi (b) Genelgeye uygun yürütülmesi hususlarında gerekli **gözetim ve denetim** ilgili kurum müdürlükleri ile Gençlik ve Spor İl Müdürlüklerinin yetki ve sorumluluğundadır.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Erkan ŞAMİLOĞLU
Bakan a.
Genel Müdür Yardımcısı V.

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu: 6DF960EC-598F-4001-A5FE-8734421307D6

Doğrulama Adresi: <https://www.turkiye.gov.tr/gsb-ebys>

Örnek Mahallesi Oruç Reis Caddesi No:13/A Altındağ/ANKARA

Telefon: 444 0 472 Faks No: (0 312) 517 67 99

İnternet Adresi: www.gsb.gov.tr Kep Adresi: genclikvesporbakanligi@hs01.kep.tr

Bilgi için: Aysegül ACAR

Gençlik ve Spor Uzman

Yardımcısı



Ek-3 Sağlık Bilimleri Enstitüsü Kurul Onayı

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

YÖNETİM KURULU KARAR ÖRNEĞİ

Toplantı Sayısı : 25

Karar Sayısı: 1070

Toplantı Tarihi: 14.06.2021

Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Spor Bilimleri Anabilim Dalı Başkanlığı'nın 01.04.2021 tarih ve 85258 sayılı yazısı görüşüldü.

Spor Bilimleri Anabilim Dalı doktora programı öğrencisi Kürşad ERGÜN'ün tez projesinin "*Türkiye'de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Politika ve Stratejilere İlişkin Bir Araştırma*" olarak kabulüne oybirliği ile karar verildi.

Enstitü Müdürü
Prof. Dr. Fügen AKTAN
İmza
Üye
Prof. Dr. Meral TUNÇBİLEK
İmza

Enstitü Müdür Yardımcısı
Doç. Dr. Güzin İPLİKÇİOĞLU
İmza
Üye
Prof. Dr. Nuray YAZIHAN
İmza

Enstitü Müdür Yardımcısı
Doç. Dr. Levent ALTINTAŞ
İmza
Üye
Prof. Dr. Ayten DEMİR
İzinli

Ek-4 Aydınlatılmış Onam Formu

Aydınlatılmış Onam Formu

Araştırmanın Adı: Türkiye’de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Politika ve Stratejilere İlişkin Bir Araştırma

“Sayın gönüllü,

Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Spor Bilimleri Anabilim Dalı doktora tezi kapsamında planlanmış olan yukarıda adı yazılı araştırmaya katılmak üzere davet edilmiş bulunuyorsunuz. Bu araştırmada yer almayı kabul etmeden önce, araştırmamızın ne amaçla yapılmak istendiğini anlamanız ve kararınızı bu bilgilendirme çerçevesinde özgürce vermeniz gerekmektedir. Aşağıdaki bilgileri lütfen dikkatlice okuyunuz, sorularınız olursa sorunuz ve açık yanıtlar isteyiniz.”

“Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de Spor turizminin geliştirilmesine yönelik politika ve stratejilerin belirlenme sürecinde Spor turizmi paydaşlarının düşüncülerini ortaya koymak ve Spor turizminin geliştirilmesinin önündeki engelleri araştırmaktır. Katılımcılar; Spor turizmi paydaşlarından Gençlik ve Spor Bakanlığı ve Ulusal Spor Federasyonlarında görev yapan aynı zamanda araştırma konusu çerçevesinde çalışmalar katılan uzman ya da üst düzey yöneticiler veya Spor Bilimleri ve Turizm alanında çalışmalar yapan akademisyenlerdir. Araştırmamız Spor turizminin gelişimine yönelik hazırlanan yarı-yapılandırılmış sorular kapsamında yüz yüze veya çevrimiçi olarak gerçekleştirilecektir. Araştırma için belirlenen ölçütler doğrultusunda 20 gönüllüye ulaşılması hedeflenmektedir. Görüşmemiz ortalama bir ile bir buçuk saat civarında sürecektir. Araştırmamız, yasal olarak bağlı olduğunuz kurum/kuruluştan gerekli izinler alınmak kaydıyla yapılacaktır. Yapılacak araştırma için katılımcıya herhangi bir ücret ödenmeyecek ve talep edilmeyecektir”

“Bu araştırmada yer almak tümüyle sizin isteğinize bağlıdır. Araştırmada yer almayı reddedebilirsiniz ya da başladıktan sonra yarıda bırakabilirsiniz. Bu araştırmanın sonuçları bilimsel amaçlarla kullanılacaktır. Araştırmadan çekilmeniz ya da araştırmacı tarafından araştırmadan çıkarılmanız halinde, sizle ilgili veriler kullanılmayacaktır. Ancak veriler bir kez anonimleştikten sonra araştırmadan çekilmeniz mümkün olmayacaktır. Sizden elde edilen tüm bilgiler gizli tutulacak, araştırma yayınlandığında da varsa kimlik bilgilerinizin gizliliği korunacaktır.”

“Yukarıda yer alan ve araştırmaya başlanmadan önce gönüllülere verilmesi gereken bilgileri içeren metni okudum (ya da sözlü olarak dindim). Eksik kaldığını düşündüğüm konularda sorularımı araştırmacılara sordum ve doyurucu yanıtlar aldım. Yazılı ve sözlü olarak tarafıma sunulan tüm açık lamaları ayrıntılarıyla anladığım kanısındayım. Çalışmaya katılmayı isteyip istemediğim konusunda karar vermem için yeterince zaman tanıdı.

Bu koşullar altında, araştırma kapsamında elde edilen şahsıma ait bilgilerin bilimsel amaçlarla kullanılmasını, gizlilik kurallarına uyulmak kaydıyla sunulmasını ve yayınlanmasını, hiçbir baskı ve zorlama altında kalmaksızın, kendi özgür irademle kabul ettiğimi beyan ederim.”

Katılımcı

Adı Soyadı:

İmza:

EK-5 Görüşme Soruları

TÜRKİYE'DE SPOR TURİZMİNİN GELİŞİMİNE YÖNELİK POLİTİKA VE ÖNCELİKLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

KATILIMCIYA İLİŞKİN SORULAR

- Biraz kendinizden bahseder misiniz?
- Kaç yaşındasınız?
- Göreviniz?
- Kaç yıldır (bu kurumda) çalışıyorsunuz?
- Eğitim durumunuz ve uzmanlık alanınız nedir?
- Spor turizmi açısından kişisel deneyiminiz hakkında neler söylersiniz?

SPOR TURİZMİNE İLİŞKİN SORULAR

- Spor turizmini tanımlamanız gerekirse öncelikle söyleyecekleriniz nelerdir?
 - Türkiye’de Spor turizmini anlatabilir misiniz?
 - Dünya genelinde sizce en başarılı Spor turizmi örnekleri hangileridir?
 - Dünya örnekleriyle karşılaştırmaya Türkiye’yi dâhil etseniz bu konuda neler söyleyebilirsiniz?
- Türkiye’de Spor turizminin geliştirilmesi sürecinde size göre nasıl bir yol izlenmelidir?
 - Politika ve stratejiler oluşturmada öncelikler nelerdir?
- Spor turizminin politika ve önceliklerinin geliştirilmesi uzun dönemde nasıl bir etki yaratacaktır?
- Spor turizminin geliştirilmesinde hangi kurum ve kuruluşların öncelikli olarak rolü vardır?
- Spor turizminin politika ve önceliklerinin geliştirilmesinde engeller nelerdir?
- Son olarak belirtmek istediğiniz, önemli olarak gördüğünüz, bu soruyu atlamışsınız dediğiniz başka görüş ve önerileriniz var mıdır?

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı: Kürşad

Soyadı: ERGÜN

Doğum yeri ve tarihi:

Uyruğu:

Medeni durumu:

Askerlik durumu:

İletişim adresi:

E-posta :

Telefon:

Eğitim Durumu

Doktora: Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Spor Bilimleri Anabilim Dalı, 2018-2022

Yüksek Lisans: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, 2011-2014

Lisans: Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, Spor Yöneticiliği Bölümü, 2004-2008

Lisans: Eskişehir Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İktisat, 2002-2008

Yabancı dil: YÖKDİL 75,00

Unvanları

Unvan: -

Mesleki Deneyim

2017 Halen: -

2015 – 2017: -

2013 – 2015: -

2012 – 2013: -

2011 – 2012: -

2010 – 2011: -

2010 – 2011: -

2009 – 2010: -