

**MERSİN İLİNİN SPOR TURİZMİ POTANSİYELİNİN
SWOT ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TOLGA GÜDÜK

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**MERSİN
MAYIS - 2019**

**MERSİN İLİNİN SPOR TURİZMİ POTANSİYELİNİN
SWOT ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TOLGA GÜDÜK

**MERSİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
ANABİLİM DALI**

**DANIŞMAN
Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ**

**MERSİN
MAYIS - 2019**

ONAY

Tolga GÜDÜK tarafından Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ danışmanlığında hazırlanan “Mersin İlının Spor Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi Yöntemiyle İncelenmesi” başlıklı bu çalışma aşağıda imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından oy birliği ile Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Görevi	Ünvanı, Adı ve Soyadı	İmza
Başkan	Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ	
Üye	Prof. Dr. Ömer İSKENDEROĞLU	
Üye	Doç. Dr. Kamil UNUR	

Yukarıdaki Jüri kararı Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 30.05.2019 tarih ve 2019/7 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Süleyman DEĞİRMEN
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



Bu tezde kullanılan özgün bilgiler, şekil, tablo ve fotoğraflardan kaynak göstermeden alıntı yapmak 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu hükümlerine tabidir.

ETİK BEYAN

Mersin Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliğinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada:

- Tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlâk kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- Atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak kullandığımı,
- Kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- Bu tezin herhangi bir bölümünü Mersin Üniversitesi veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı,
- Tezin tüm telif haklarını Mersin Üniversitesi'ne devrettiğimi beyan ederim.

ETHICAL DECLARATION

This thesis is prepared in accordance with the rules specified in Mersin University Graduate Education Regulation and I declare to comply with the following conditions:

- I have obtained all the information and the documents of the thesis in accordance with the academic rules.
- I presented all the visual, auditory and written informations and results in accordance with scientific ethics.
- I refer in accordance with the norms of scientific works about the case of exploitation of others' works.
- I used all of the referred works as the references.
- I did not do any tampering in the used data.
- I did not present any part of this thesis as an another thesis at Mersin University or another university.
- I transfer all copyrights of this thesis to the Mersin University.

24 Mayıs 2019 / 24 May 2019

İmza / Signature

Tolga GÜDÜK

ÖZET

Son yıllarda, turistlerin seyahat tercihleri çeşitlenmeye başlamıştır. Bu durum, alternatif turizm türlerinin öneminin artmasını sağlamıştır. Günümüzde turizm yatırımları da bu çerçevede şekillenmektedir. Spor turizmi, en önemli alternatif turizm türlerinden biridir. Özellikle, spor turistinin diğer turistlere oranla çok daha yüksek miktarda harcamalar yapması, bu turizm türüne ilgiyi arttırmaktadır. Türkiye’de spor turizmi, Antalya ve İstanbul gibi turistik açıdan daha gelişmiş şehirlerde ön plandadır. Ancak spor turizminde daha iyi markalaşmak için spor turizminin Türkiye’nin farklı şehirlerine yayılması önem arz etmektedir. Bu araştırma, Mersin’in spor turizmi potansiyelini ortaya koymayı ve geleceğe yönelik Mersin’e ilişkin spor turizmi stratejisini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda veriler, literatürdeki konuyla ilgili kaynaklardan ve Mersin’de spor ve turizmle doğrudan ilişkisi olan 40 kişiyle yapılan yüz yüze görüşmelerden toplanmıştır. Elde edilen bulgular, içerik analizi ve SWOT analizi yöntemiyle incelenmiştir. Analiz sonucunda, katılımcıların Mersin’in spor turizmi potansiyelinin yüksek olduğu düşüncesinde oldukları saptanmıştır. Mersin’in spor turizmi SWOT analizi sonuçlarına göre, en güçlü üç yanının iklim, spor tesisleri ve spor turizmine uygun doğası olduğu belirlenmiştir. En zayıf üç yön ise spor turizmi yatırımlarının yetersizliği, ulaşım olanaklarının yetersizliği ve yetersiz tanıtım yapılması olarak saptanmıştır. En büyük üç fırsat, spor organizasyonlarının sayısının artması, ulaşım imkanlarının gelişmesi ve tanıtımın artması olarak belirlenmiştir. En büyük üç tehdit, jeopolitik konum, tesislerin atıl kalma riski ve ekonomik durgunluk olarak vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Spor Turizmi, Mersin, SWOT Analizi

Danışman: Doç. Dr. Erdinç KARADENİZ, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Mersin Üniversitesi, Mersin.

ABSTRACT

In recent years, tourists' travel preferences have started to diversify. This situation has increased the importance of alternative tourism types. Nowadays, tourism investments are shaped within this framework. Sports tourism is one of the most important alternative tourism types. Especially, the fact that sports tourists spend much higher than other tourists, increases the interest in this type of tourism. Sports tourism in Turkey is at the forefront in the more developed cities in terms of tourism such as Antalya and Istanbul but to spread of sports tourism to the other cities of Turkey is important for to be better sports tourism brand. This research aims to reveal the potential of sports tourism in Mersin and to develop the strategy of sports tourism for the future. In this context, data were collected from the relevant resources in the literature and from face-to-face interviews with 40 people who have direct relations with sports and tourism in Mersin. The findings were analyzed by content analysis and SWOT analysis. When the participants were asked about the sports tourism potential of Mersin, the potential was found to be high. According to SWOT analysis of Mersin's sports tourism, the three strongest sides are the climate, the sports facilities and the nature which is suitable for sports tourism. The weakest three sides are the insufficiency of investments in sports tourism, inadequate transportation facilities and inadequate publicity. The three biggest opportunities had been determined as to increase the number of sports organizations, to improve the transportation opportunities and to increase the promotion. The three biggest threats had been emphasized as geopolitic location, risk of to be idle of the facilities and economic stagnation.

Key Words: Mersin, Sports Tourism, Swot Analysis

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Erdiñ KARADENİZ, Department of Tourism Management, Mersin.

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamın ilk gününden son gününe kadar bana destek olan, yol gösteren, motivasyonumu arttıran, kıymetli hocam ve tez danışmanım olan Doç. Dr. Erdiç KARADENİZ'e verdiği bütün emekler için teşekkür ediyorum. Bu tez çalışmasının veri toplama sürecinde görüşme yapmış olduğum tüm katılımcılara, bana olan güvenlerini her zaman dile getiren dostlarıma, bilgilerini ve tecrübelerini aktararak bana yol gösteren hocalarım Arş. Gör. Mehtap ÖZKAN BUZLU ve Arş. Gör. Fatih GÜNEY'a teşekkürlerimi sunarım. Son olarak, beni bugünlere getiren, sevgisini ve desteğini esirgemeyen annem Cennet GÜDÜK'e, babam Güven GÜDÜK'e ve ağabeyim Yusuf GÜDÜK'e teşekkür ediyorum.



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
İÇ KAPAK	i
ONAY	ii
ETİK BEYAN	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
KISALTMALAR	x
1. GİRİŞ	1
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	4
2.1. Genel Olarak Turizm Endüstrisi	4
2.2. Spor Turizmi	6
2.2.1. Spor Turizminin Tarihsel Gelişimi	7
2.2.2. Spor Turizm Türleri	8
2.2.2.1. Katılım Amaçlarına Göre Spor Turizm Türleri	8
2.2.2.1.1. Aktif Spor Turizmi	8
2.2.2.1.2. Etkinliğe Dayalı (Pasif) Spor Turizmi	9
2.2.2.1.3. Nostalji Spor Turizmi	9
2.2.2.2. Gerçekleştirilen Yere Göre Spor Turizm Türleri	10
2.2.2.2.1. Kara Sporları Turizmi	10
2.2.2.2.1.1. Futbol Turizmi	10
2.2.2.2.1.2. Golf Turizmi	11
2.2.2.2.1.3. Trekking Turizmi	12
2.2.2.2.1.4. Kaya Tırmanışı Turizmi	13
2.2.2.2.1.5. Binicilik Turizmi	13
2.2.2.2.1.6. Canyoning ve Canyoneening Turizmi	13
2.2.2.2.1.7. Jeep Safari Turizmi	14
2.2.2.2.1.8. Bisiklet Turizmi	14
2.2.2.2.1.9. Kış Sporları Turizmi	14
2.2.2.2.2. Su Sporları Turizmi	17
2.2.2.2.2.1. Rafting Turizmi	18
2.2.2.2.2.2. Kano Turizmi	18
2.2.2.2.2.3. Kürek Turizmi	18
2.2.2.2.2.4. Scuba-Diving Turizmi	18
2.2.2.2.2.5. Sörf Turizmi	19
2.2.2.2.2.6. Olta Balıkçılığı Turizmi	19
2.2.2.2.2.7. Su Kayağı Turizmi	19
2.2.2.2.2.8. Parasailing Turizmi	20
2.2.2.2.3. Hava Sporları Turizmi	20
2.2.2.2.3.1. Yamaç Paraşütü Turizmi	20
2.2.2.2.3.2. Yelken (Delta) Kanat Turizmi	21
2.2.2.2.3.3. Balon Turizmi	21
2.2.2.2.3.4. Mikrolayt Turizmi	21
2.2.2.2.3.5. Planör Turizmi	21
2.2.2.2.3.6. Model Uçak Turizmi	22
2.2.2.2.3.7. Paraşüt Turizmi	22
2.2.3. Spor Turizminin Etkileri	22
2.2.3.1. Spor Turizminin Ekonomik Etkileri	23
2.2.3.2. Spor Turizminin Sosyo-Kültürel Etkileri	24
2.2.3.3. Spor Turizminin Politik Etkileri	24

2.2.3.4. Spor Turizminin Çevresel Etkileri	25
2.2.4. Dünyada ve Türkiye’ de Spor Turizminin Mevcut Durumu	25
2.2.5. Türkiye’ de Spor Turizmine Yönelik Sunulan Teşvikler	28
2.3. Mersin İli Hakkında Genel Bilgiler	29
2.3.1. Mersin İlinin Tarihi	30
2.3.2. Mersin İlinin Coğrafi Yapısı	30
2.3.3. Mersin İlinin Demografik Yapısı	31
2.3.4. Mersin İlinin Ekonomik Yapısı	31
2.3.5. Mersin İlinin Turizm Yapısı	32
3. LİTERATÜR TARAMASI	37
4. MATERYAL VE YÖNTEM	49
4.1. Araştırma Problemi	49
4.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	49
4.3. Araştırmanın Önemi	50
4.4. Araştırma Soruları	50
4.5. Örneklem	50
4.6. Veri Kaynakları	51
4.7. Analiz Yöntemi	52
4.8. Sınırlılıklar	54
5. BULGULAR ve TARTIŞMA	55
5.1. “Spor Turizmi Size Ne İfade Etmektedir?” Sorusuna Yönelik Bulgular	55
5.2. “Size Göre Mersin İliSpor Turizmi Potansiyeline Sahip midir?” Sorusuna Yönelik Bulgular	58
5.3. “Size Göre Mersin’de Hangi Spor Turizm Türleri Öne Çıkmaktadır ve Çıkarılmalıdır?” Sorusunun Yönelik Bulgular	59
5.4. “Size Göre Mersin’in Spor Turizmi Konusunda Güçlü Yönleri Nelerdir?” Sorusuna Yönelik Bulgular	62
5.5. “Size Göre Mersin’in Spor Turizmi Konusunda Zayıf Yönleri Nelerdir?” Sorusuna ;Yönelik Bulgular	65
5.6. “Size Göre Mersin’in Spor Turizmi Konusunda Fırsatları Nelerdir?” Sorusuna Yönelik Bulgular	68
5.7. “Size Göre Mersin İlininSpor Turizmi Konusunda Tehditleri Nelerdir?” Sorusuna Yönelik Bulgular	71
5.8. “Mersin’de Spor Turizmi Konusunda Yatırımlar Yapılmasını Destekliyor Musunuz?” Sorusuna Yönelik Bulgular	73
5.9. “Size Göre Mersin’de Spor Turizminin Daha Fazla Geliştirilmesi İçin Neler Yapılmalıdır?” Sorusuna Yönelik Bulgular	74
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	77
KAYNAKÇA	83
EKLER	94
ÖZGEÇMİŞ	95

TABLÖLER DİZİNİ

	Sayfa
Tablo 1. Türkiye'nin Turizm İstatistikleri (2014-2018)	5
Tablo 2. Türkiye'deki Golf Tesisleri	11
Tablo 3. Belek'te Oynanan Golf Oyun Sayısı (2010-2018)	12
Tablo 4. Türkiye'deki Kış Turizmi Merkezleri	15
Tablo 5. Olimpiyatların Maliyet İstatistikleri (1992-2016)	24
Tablo 6. 2014-2018 Yılları Arasında Türkiye'de Düzenlenen Uluslararası Spor Organizasyonları	26
Tablo 7. Türkiye'nin Spor Alanındaki İstatistikleri (2018)	28
Tablo 8. Mersin'in Nüfus Artış Hızı	31
Tablo 9. Mersin İlinin Konaklama İstatistikleri (2017-2018)	33
Tablo 10. Mersin'deki Spor Tesisleri ve Gençlik Kampları	34
Tablo 11. Araştırmanın Örneklemi Oluşturan Kişi ve Kurumlar	51
Tablo 12. Görüşme Formunda Sorulan Sorular	52
Tablo 13. Katılımcıların Spor Turizmi Kavramıyla İlgili İfadeleri	55
Tablo 14. Katılımcıların Mersin İlinin Spor Turizm Potansiyeliyle İlgili İfadeleri	58
Tablo 15. Katılımcılara Göre Mersin'de Öne Çıkan Spor Turizmi Türleri	59
Tablo 16. Katılımcılara Göre Mersin'de Öne Çıkarılması Gereken Spor Turizm Türleri	61
Tablo 17. Katılımcılara Göre Mersin'in Spor Turizmi Konusundaki Güçlü Yönleri	63
Tablo 18. Katılımcılara Göre Mersin'in Spor Turizmi Konusundaki Zayıf Yönleri	65
Tablo 19. Katılımcılara Göre Mersin'in Spor Turizmi Konusundaki Fırsatları	68
Tablo 20. Katılımcılara Göre Mersin'in Spor Turizmi Konusundaki Tehditleri	71
Tablo 21. Katılımcıların Gelecekte Spor turizmi Yatırımı Yapılmasına Verilen Destek Yönündeki İfadeleri	74
Tablo 22. Katılımcıların Mersin'de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Yapılması Gereken Uygulamalar ile Alakalı İfadeleri	75
Tablo 23. Mersin'in Spor Turizmi Konusuundaki SWOT Analizi	78

KISALTMALAR

Kısaltm/Simg	Tanım
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ATP	Association of Tennis Professionals
BAKA	Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı
BETUYAB	Belek Turizm Ortak Girişimi
BVA	Balkan Volleyball Association
CEV	Confédération Européenne de Volleyball
CİMER	Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi
ÇDP	Çevre Düzeni Planı
ÇKA	Çukurova Kalkınma Ajansı
EMITT	East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition
FAI	Fédération Aéronautique Internationale
FIBA	International Basketball Federation
FIFA	Fédération Internationale de Football Association
FIS	International Ski Federation
FIVB	The Fédération Internationale de Volleyball
IOC	International Olympic Committee
IWSF	International Water Sports Federation
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KTKGB	Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri
MERTİD	Mersin Turizm İşletmecileri Derneği
METİOD	Mersin Turizm Fakóltesi Mezunları ve Mensupları Derneği
MÖ	Milattan Önce
MTSO	Mersin Ticaret ve Sanayi Odası
NFL	National Football League
NGF	National Golf Federation
NİP	Nazım İmar Planı
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
THK	Türk Hava Kurumu
THSF	Türkiye Hava Sporları Federasyonu
TM	Turizm Merkezi
TOKİ	Toplu Konut İdaresi
TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UİP	Uygulama İmar Planı
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
WTA	Women's Tennis Association
WTTC	World Travel and Tourism Council

1. GİRİŞ

Günümüzde turistlerin seyahat tercihleri deniz-kum-güneş üçlüsüyle sınırlı kalmamaktadır. Spor turizmi, sağlık turizmi, kongre ve toplantı turizmi, inanç turizmi, gastronomi turizmi ve kırsal turizm gibi alternatif turizm türleri, dünyada turizm hareketine katılan birçok insanın seyahat tercihleri arasında yer almaktadır. Söz konusu turizm türleri içerisinde spor turizmi son yıllarda ekonomik büyüklüğü ve gördüğü yüksek talep ile alternatif turizm türleri arasında öne çıkmaktadır.

Spor, insanların kişisel olarak bedensel, ruhsal ve bilişsel yeteneklerini kullanarak kendine ve bir rakibine karşı, önceden belirlenmiş bir düzen içerisinde, başarı kazanmaya ve mücadele heyecanını yaşamaya yönelik olarak yaptėı hareketlerin bütünü olarak tanımlanabilir (Yıldırım, 2014: 1). Bir başka tanıma göre spor, insanoğlunun varoluşundan beri onunla beraber olan, belirli kurallar içeren, rekabet ortamı olan, haz veren aktiviteler bütünüdür (Karakoç, 2011:10). Bu tanımlardan hareketle spor, insanların bireysel veya takım halinde belli kurallar çerçevesinde yaptıkları fiziksel aktiviteler olarak tanımlanabilir.

Spor, zaman içerisinde fiziksel aktivite olmaktan çıkmış, küresel çaplı büyük bir ekonomik unsur haline gelmiştir. Serbest piyasa ekonomisindeki politik, ekonomik ve sosyal gelişim sürecinin spor ile eş zamanlı olarak gerçekleşmesi sonucu spor ekonomisi kavramı ortaya çıkmıştır (Devecioğlu, 2005: 121'den akt. Zenginer, 2017: 4). Ekonomik boyutu sayesinde spor endüstrisi, günümüzün en büyük endüstrilerinden birine dnşmştir. Günümüzde sporun küresel ekonomik büyüklüğünün yaklaşık 600 milyar dolar seviyesinde olduğu düşünülmektedir (www.dunya.com). Spor endüstrisinin ülke ekonomilerine katkısı doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir. Reklam, sponsorluk, bilet satışları, sportif ürünlerin satışı ve televizyon yayın haklarından elde edilen gelirler doğrudan, bunun dışında kalan, sportif etkinliklere katılan kişilerin yaptıkları harcamalardan elde edilen gelirler ise dolaylı ekonomik katkıyı meydana getirmektedir (Can ve Değirmen, 2017: 94). 1980'li yıllardan itibaren reklam, sponsorluk, yayın hakları gibi anlaşmaların yapılmasını sağlamak için yapılan yasal düzenlemeler sayesinde spor ekonomisi hızlı bir yükselişe geçmiştir (Devecioğlu, 2004: 4). SportEngland (2013), tarafından yayınlanan raporda spor ekonomisinin İngiltere' ye 20,3 milyar sterlinlik bir katma değer yarattėı ve bu değerin toplamdaki payın %1,9'unu oluşturduğu belirtilmiştir. Spor ekonomisinin ülkeler için istihdam sağlayıcı özelliği de bulunmaktadır. Küresel çapta bu rakam 6 milyona ulaşmaktadır (ncel, 2018: 367).

Spor turizmi, alternatif turizm türlerinden birisi olarak, insanların spor etkinliklerini izlemek, turistik çekiciliği olan spor alanlarını ziyaret etmek veya aktif olarak spor yapmak amacıyla seyahat etmesini ifade etmektedir (Gibson, 1998: 156). Spor turizmi, küresel çapta 180 milyar dolarlık, Türkiye'de 900 milyon dolarlık bir ekonomik hacme sahiptir (TÜRSAB, 2014).

Bu ekonomik katkıda futbol kamp turizmi, mega spor etkinlikleri turizmi ve golf turizmi önemli paya sahiptir.

Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'ndeki önemli illerinden birisi olan Mersin, coğrafi konumu, iklimi, tarihi ve kültürel özelliklerinden dolayı birçok sektörden ekonomik katkı sağlayabilecek durumdadır. Mersin'de lojistik, tarım ve turizm ne çıkan sektörler olarak dikkat çekmektedir (Tutar, Fırat, Erkan, Tutar, 2013: 632; Çukurova Kalkınma Ajansı,2017: 7). ukurova Kalkınma Ajansı (KA) tarafından 2017 yılında Őhrin bu üç sektör ve diğer sektörlerden katma değeri yüksek ürünler üretmesine yol göstermesi amacıyla "Yenilik İhtiyaç Analiz Raporu" hazırlanmıştır. Raporda, tarım ve turizmin Şehir için önde gelen sektörler olmasına rağmen inovasyon yeteneği ve ihtiyacının düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, Çukurova Bölgesi'nin ülke ekonomisindeki payının düŐmesinin sebeplerinden biri olarak da gösterilmiŐtir (KA, 2017: 5-7).

Turizm, Mersin ilinin ekonomik gelişiminde stratejik öneme sahip sektörlerden birisi olarak kabul edilmektedir. Mersin, sadece deniz-kum-güneş turizmi için değil kültür, inanç, kış, spor ve av turizmi için de önemli turistik çekiciliklere sahip bir ildir. Buna rağmen, Mersin ilinin sahip olduğu turizm potansiyelini yeterince değerlendiremediği düŐünmektedir. İkincil konut sorunu, yetersiz tanıtım ve altyapı eksikliği bu potansiyelin değerlendirilememesinde önemli unsurlar olarak kabul edilmektedir (Oskay, 2012: 195-200). Bu durumu tersine çevirebilmek adına Mersin'in eline 2013 yılında büyük bir fırsat geçmiŐtir. Mersin, 2013 yılında 17. Akdeniz Oyunları'na ev sahipliği yapmıştır. Őehri gelecekte spor turizmi destinasyonu yapabilecek bu organizasyon için tesisler ve cari giderler toplamında 800 milyon TL yatırım yapılmıştır (www.gsb.gov.tr). Ancak organizasyondan beklenen katkı saėlanamamıŐtır. Bu durumun nedenleri arasında, organizasyonla ilgili çalışmaların Şehir dıŐından getirilen taŐeron firmalara verilip yerel paydaşların dıŐarda bırakılması, yayın haklarının devlet kanalı olan TRT'ye verilmesi, bilet satıŐlarından elde edilen düşük gelir ve tüm bunların sonucu olarak maliyetlerin karŐılanamaması olarak gösterilmektedir (Can ve Değirmen, 2017: 103). Öte yandan etkinlik, Mersin ilinde arazi, ürün ve hizmet fiyatlarında artıŐa yol açmıŐtır (Güler, Akdağ, Dalgıç, Benli ve akıcı, 2016: 17). Ek olarak, Yavuz ve akıcı (2014), araŐtırmalarında organizasyon kapsamında yapılan tesislerin uzun vadede etkin kullanılmaması halinde atıl duruma döŐeėini belirtmişlerdir. Nitekim, yapılan gözlemler sonucunda, Mersin'in 1. Lig veya Süper Lig seviyesinde futbol ve erkek basket takımının olmaması, diğer tesislerde yapılan organizasyonlar için genellikle biletsiz veya çok düşük ücretli giriş imkânı sunulması, bakım ve onarım maliyetleri, tesisleri atıl duruma düŐürebilecek etkenler olarak görülmektedir. Buna karŐın Mersin ili spor turizmi açısından pek çok avantaja sahiptir. Bu avantajların en emlilerinden biri iklimdir. Şehir, tipik akdeniz ikliminin görüldüğü, yazları sıcak ve kurak, kıŐları ılık ve yaėıŐlı bir Őehirdir. Ayrıca, Mersin'in doğal güzellikleri ve yer Őekillerinin eŐitliliėi birçok branŐta spor

faaliyeti gerçekleştirme imkânı sunmaktadır. Mersin'in spor turizmi konusundaki avantajları sadece iklimi ve doğası ile kısıtlı değildir. Spor turizminin gelişimi için spor tesisi altyapısının yeterli olması gerekmektedir. 17. Akdeniz Oyunları kapsamında inşa edilen veya bakım ve onarımdan geçirilen tesislerin varlığı Mersin'in bu konuda da elini güçlendirmektedir.

Bu araştırmanın amacı, Mersin'in spor turizmi potansiyelini ortaya koymak ve bu potansiyelden daha fazla katkı sağlayacak stratejiler geliştirmektir. Bu amaçla, Mersin'de spor ve turizmle doğrudan ilişkisi olan 40 katılımcıyla birebir görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiş, ardından SWOT analizi kullanılarak Mersin'in spor turizmi SWOT matrisi oluşturulmuştur. Araştırma, belirlenen amaçlar doğrultusunda altı bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde, turizm endüstrisi ve spor turizmi hakkında tanımlar, spor turizminin Türkiye ve dünyada mevcut durumu ve gelecekteki beklentiler hakkında bilgiler verilmektedir. çnc bölümde, konuyla ilgili literatürdeki daha önceden yapılmış olan çalışmalar incelenmektedir. Dördüncü bölümde, araştırmanın problemi, amacı ve kapsamı, önemi, araştırma soruları, örneklem, veri kaynakları, analiz yöntemi ve sınırlılıklar açıklanmaktadır. Beşinci bölümde, araştırmada elde edilen bulgular sunulmaktadır. Son bölümde ise, teori ve uygulama sürecinde elde edilen bulgulardan hareketle Mersin ilinin spor turizminden daha fazla katkı sağlamasına yönelik genel bir değerlendirme ve öneriler sunulmaya çalışılmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmanın bu bölümünde, amaca uygun olarak, konuyla ilgili teorik bilgiler verilmiştir. Bu kapsamda, öncelikle genel olarak turizm endüstrisinden bahsedilmiştir. Ardından spor turizmi, spor turizminin türleri, spor turizminin etkileri, dünyada ve Türkiye’de spor turizminin mevcut durumu ve Türkiye’de spor turizmine yönelik teşvikler anlatılmıştır. Son olarak, Mersin ilinin genel özellikleri hakkında detaylı bilgiler sunulmaya çalışılmıştır.

2.1. Genel Olarak Turizm Endüstrisi

İnsan, doğası gereği merak eden bir varlıktır. Bu merak duygusu, insanları gezmek, eğlenmek, yeni şeyler keşfetmek vb. amaçlarla seyahat etmeye ve turizm endüstrisinin gelişmesine neden olmuştur. Turizm, bir yerden bir yere bir yılı aşmamak kaydıyla dinlenme, tatil, inanç, eğlence, iş veya diğer nedenlerle yapılan seyahatler süresince gerçekleştirilen faaliyetlerdir (UNWTO, 2019). Bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde rol oynayan paydaşlar ve bu paydaşların birbirleriyle olan ilişkileri, turizm endüstrisini oluşturmaktadır. Turizm faaliyetlerine katılım, bireysel veya kitleler halinde olabilmektedir. Bu katılım, ülke vatandaşlarının kendi ülkesindeki bir bölgeye gerçekleştirdiği seyahatlerden oluşuyorsa i turizm, yabancı bir ülkeye gerçekleştirdiği seyahatlerden oluşuyorsa dış turizm olarak adlandırılmaktadır (Holloway, Humphreys ve Davidson, 2009: 12).

Teknolojide yaşanan hızlı ilerleme, insanların boş zamanının ve gelir seviyesinin artması, çalışma sürelerinin kısalması, ortalama yaşam süresinin uzaması, ulaşım imkanlarının artması gibi gelişmeler, turizmin günümüzde önde gelen endüstrilerinden biri olmasına neden olmuştur. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm ve Seyahat Fuarı (EMITT)’in 2015 yılı verilerine göre, dünya genelinde turistlerin %55’i tatil, %16’sı iş, %29’u diğer sebeplerle (akraba ziyareti, dini sebepler vb.) seyahat etmektedir. Türkiye’ye gelen turistlerin ise, %57,41’i tatil, eğlence, kültürel ve sportif amaçlarla ülkemizi ziyaret ederken, %5,12’si iş amaçlı ziyarette bulunmaktadır (EMITT, 2016). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm rgt (UNWTO) tarafından hazırlanan raporda, 2017 yılında 1,32 milyar insanın turizm faaliyetinde bulunduğu ve 1,5 trilyon dolar harcama yaptığđ belirtilmiştir. 1996 yılında bu istatistik, 563 milyon turist ve 523 milyar dolar seviyesindedir (UNWTO, 2018). 21 yıllık sredeki turizm istatistikleri, turizm endüstrisinin küresel ölçekte hızla yařadıęđ gelişimi ortaya koymaktadır.

Günümüzde turizm endüstrisi, küresel ekonomide önemli bir paya sahiptir. Turizmin yarattığđ ekonomik büyüklük birçok sektörde doğrudan veya dolaylı hareketlenme sağlamaktadır. Bu durum istihdamın artmasını beraberinde getirmektedir. Bununla beraber, turizm endüstrisi, ülke ekonomilerine döviz girdisi sağlamak ve cari kaıęđ kapatmak gibi

konularda da önemli katkı sağlamaktadır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (World Travel and Tourism Council) 2018 yılında hazırladığı rapor, turizmin ekonomik boyutu konusunda önemli bilgiler vermektedir. Rapora göre, turizm endüstrisinden elde edilen gelir 8,27 katrilyon dolar seviyesindedir. Bu rakam, dünya genelindeki gayri safi milli hasılanın %10,4'n oluşturmaktadır. Ayrıca turizm endüstrisinde çalışanlar küresel iş gücünün %9,9'unu oluşturmaktadır (WTTC, 2018: 1).

Türkiye, tarihi ve doğal güzellikleriyle önemli bir turizm destinasyonudur. Tablo 1'de, Türkiye'de turizm endüstrisinin son 5 yıl içerisindeki mevcut durumu Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden faydalanılarak tabloladıştırılmıştır. Tablo 1 incelendiğinde, turizm gelirlerinin 2014-2016 arasında düşme eğilimi gösterdiği görülmektedir. Bu düşüş, 2016 yılında çok daha büyük çaplı gerçekleşmiştir. Bunun nedeni, Kasım 2015'te Rusya ile yaşanan uçak düşürme krizidir. Sonrasındaki yıllarda Türkiye, turizm gelirlerini arttırsa da 2014 yılındaki rakam yakalanamamıştır. Toplam turist sayısına bakıldığında da benzer sonuçlar görülmektedir. 2016 yılında turist sayısında ciddi bir düşüş yaşanmış, sonrasındaki yıllardaki hızlı toparlanma ile 2018 yılında turist sayısı rekoru kırılmıştır. Ancak, turist sayısındaki artış, gelir kısmında aynı etkiyi göstermemiştir. Öyle ki, beş yıllık süreçte turist başı harcama devamlı olarak düşmüştür. Bu durumun yaşanmasında ülkenin yaşamış olduğu ekonomik-politik sorunlar ve bunun sonucunda TL'nin uluslararası piyasalarda değer kaybetmesi gösterilmektedir. Ortalama gecelemeye bakıldığında ise, durağan bir tablo görülmektedir. Turizmden sağlanan ekonomik katkıyı arttırmak için ortalama geceleme ve turist başı harcamanın arttırılması gerekmektedir. Bu bağlamda da klasik deniz kum güneş üçlüsünden çıkılarak alternatif turizm trlerinede önem verilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda spor turizminde gerçekten Türkiye açısından önemli bir turizm türü olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 1. Türkiye'nin Turizm İstatistikleri (2014-2018)

YIL	YILLIK TURİZM GELİRİ (MİLYAR DOLAR)	TOPLAM TURİST SAYISI	TURİST BAşI HARCAMA (\$)	ORTALAMA GECELEME
2014	34.305.904	41.415.070	828	10,0
2015	31.464.777	41.617.530	756	10,1
2016	22.107.440	31.365.330	705	11,4
2017	26.283.656	38.620.346	681	10,9
2018	29.512.926	45.628.673	647	9,9

Kaynak: tuik.gov.tr

Günümüzdeki turizm anlayışı, deniz-kum-güneş üçlüsünden alternatif turizm türlerine doğru değişim göstermektedir. Özellikle, spor turizmi, sağlık turizmi, gastronomi turizmi gibi

etmek amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlamak mümkündür. Bu tanımlardan görüleceği üzere, spor turizminin üç temel boyutu bulunmaktadır. Bunlardan ilki spor yapmak amacıyla seyahat etmek, ikincisi spor müsabakalarını izlemek, üçüncüsü spor ile ilgili turistik çekim noktalarını ziyaret etmektir (Gibson, 1998: 156). Spor ve spor turizminin tanımı açıklandıktan sonra aşağıda spor turizminin tarihsel gelişimi sunulmaya çalışılmıştır.

2.2.1. Spor Turizminin Tarihsel Gelişimi

Antik ağlarda spor turizmi ile ilgili en önemli bulgular Antik Yunan Medeniyeti'ne dayanmaktadır. Antik Yunan'daki insanlar, tanrılarına bağlılıklarını göstermek için çeşitli eyaletlerden olimpiyat müsabakalarında yarışmak veya müsabakaları izlemek için seyahat etmekteydiler. Yarışmalarda başarılı sporculara ödüller verilmekteydi. Antik Yunan Medeniyeti dışında Babil, Maya, Inka ve Mısır Uygarlıkları'nda insanların yaptıkları seyahatlerdeki gerçekleştirdiği balıkçılık faaliyetleri, duvar resimlerinde sporcular ve onları izleyen halkın işlendiği figürler konuyla alakalı diğer bulgulardır (Toramanlı, 2014: 17-22). Modern dönemde ise 1800'l yılların sonlarında Baron de Coubertin'in girişimleriyle modern olimpiyat oyunlarının yapılması sağlanmışır. İlk olimpiyat 1896'da Atina'da gerçekleştirilmiştir (Ersavaş Kavanoz, 2017: 59). Olimpiyatlar, zaman zaman boykot olaylarına, siyasi çekişmelere sahne olmuştur. 1936 Berlin Olimpiyatları bunlardan biridir. ABD, 1936 Nazi Almanya'sı tarafından düzenlenen oyunlara katılmak istememiştir. Ancak, yapılan oylama sonucunda ABD olimpiyatlara katılmışır (www.ushmm.org). 1980 Moskova Olimpiyatları, Rusya'nın Afganistan'ı işgali nedeniyle ABD tarafından boykot edilmiştir (Polley, 1992: 169). Benzer olaylar FIFA Dünya Kupası etkinliklerinde de yaşanmıştır. 1938-1950 yılları arasında 2. Dünya Savaşı'nın getirdiği politik karışıklık nedeniyle organizasyon gerçekleştirilmemiştir.

Spor turizmindeki ekonomik gelişime bakılacak olursa, 1970'li yıllardan itibaren hem turizme hem de spora yapılan yatırımların hız kazanmasıyla toplumlarda spor bilinci gelişmiş ve bireylerin sportif etkinliklere aktif veya pasif olarak katılma isteğiyle turizm faaliyetlerinde bulunmasını sağlamıştır (Zgurovski ve Akin, 2016: 48). Özellikle, 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunları'ndan elde edilen 215 milyon sterlinlik gelir, bu etkinliklere aday olmanın mali yük yerine gelir sağlayan bir araç olarak görülmesini sağlamıştır (Ger ve Silik, 2014: 150). FIFA Dünya Kupası verilerinde ise, 1930'da Uruguay'da düzenlenen ilk organizasyonda 434.000 olan seyirci sayısının 2018 Rusya'da 3,03 milyon seviyesine geldiği grlmştur (www.statista.com). Bir başka araştırmada, 2008-2016 yılları arasında 13 milyonu yurtdışına olmak üzere 90 milyon kişinin büyük spor etkinliklerini yerinde takip etmek amacıyla seyahat ettiği belirtilmiştir (Salici ve zdaşlı, 2016: 40).

Türkiye’de spor turizminin gelişimi incelendiğinde ise son 25 yıllık dönemdeki gelişmeler göze çarpmaktadır. Türkiye’de spor turizminin gelişmesinde üç ana unsur bulunmaktadır. Bu unsurlardan ilki, ev sahipliği yapılan uluslararası organizasyonlardır. 1997 Dünya Hava Sporları ve 1999 Avrupa Yüzme şampiyonası’na ev sahipliği yapan Türkiye zaman içinde ev sahipliği yaptığı uluslararası organizasyon sayısını arttırmıştır. 17. Akdeniz Oyunları, 25. Dünya niversiteler Kış Oyunları, FIFA U20 Dünya Kupası, Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu, 2017 Dünya İşitme Engelliler Olimpiyatları, Uluslararası İstanbul Maratonu bu organizasyonlardan bazılarıdır. İkinci unsur, 20-25 yıl kadar önce rafting, yamaç paraşütü gibi sporların Türkiye’de spor turizmi kapsamında değerlendirilmeye başlanıp hızla yaygınlaşmasıdır. 2000’li yıllara geldiğimizde de Türkiye’de spor turizminin gelişimindeki en önemli unsur olan futbol kamp turizmi ve golf turizmi karşımıza çıkmaktadır. Özellikle, Antalya’nın Belek beldesi spor turizmi konseptli otelleriyle adından söz ettirmektedir (Karakoç, 2011: 27-29).

2.2.2. Spor Turizm Türleri

Konuyla ilgili teori ve literatür incelendiğinde, spor turizm türlerinin iki başlık altında ele alındığı görülmektedir. Bunlardan ilki, katılım amaçlarına göre spor turizm türleridir. Katılım amaçlarına göre spor turizm türleri; aktif spor turizmi, etkinliğe dayalı (pasif) spor turizmi ve nostalji spor turizmi olarak e ayrılmaktadır. İkinci başlık ise, gerçekleştirildiği yere göre spor turizm türleridir. Bu başlık, kara sporları turizmi, su sporları turizmi ve hava sporları turizmi olarak e ayrılmaktadır. Aşağıda söz konusu spor turizm türleri açıklanmaya çalışılmıştır.

2.2.2.1. Katılım Amaçlarına Göre Spor Turizm Türleri

Katılım amaçlarına spor turizm türleri üç alt başlıkta incelenmektedir. Bu başlıklar; aktif spor turizmi, etkinliğe dayalı (pasif) spor turizmi ve nostalji spor turizmidir. Aşağıda sırasıyla söz konusu spor turizm türleri alt başlıklar halinde açıklanmaktadır.

2.2.2.1.1. Aktif Spor Turizmi

Aktif spor turizmi, insanların herhangi bir spor türünü yapmak amacıyla seyahat etmesi olarak tanımlanmaktadır. Sezon başı ve ortasında kamp yapan futbol takımları, olimpiyatlar veya uluslararası şampiyonalara katılan sporcular, aktif spor turizmi içerisindeki en önemli çoğunluğu oluşturmaktadır. Aktif spor turizmi katılımcıları genel olarak bireysel değil grup

halinde bölgeye seyahat etmektedir. Spor turizmi ile öne çıkan birçok destinasyonda, bu gruplara özel konseptte konaklama tesisleri bulunmaktadır. Öte yandan, aktif spor turizmi sadece profesyonel sporcular tarafından gerçekleştirilmemektedir. Herhangi bir spor branşını aktif olarak yapmak amacıyla seyahat eden turistler de aktif spor turizmi faaliyetini gerçekleştirmiş olurlar (Gibson, 1998: 156-159).

2.2.2.1.2. Etkinliğe Dayalı (Pasif) Spor Turizmi

Etkinliğe dayalı (Pasif) spor turizmi, insanların herhangi bir bölgeye spor müsabakasını izlemek amacıyla seyahat etmesi olarak tanımlanmaktadır (Gibson, 1998: 157). Olimpiyatlar, Dünya ve Avrupa şampiyonaları, Grand Slam tenis turnuvaları ve Formula 1 yarışları gibi etkinlikler dünyada en çok ziyaretçi çeken spor etkinlikleridir. İzleyici sayısının fazla olması, etkinliğin ilerleyen dönemlerde gelişiminde (zellikle yayın hakları ve sponsorluk ile ilgili) nemli rol oynamaktadır. Rakamsal boyutta incelersek, son 9 yaz olimpiyatında toplam 51,7 milyon bilet satılmış ve 2,96 milyar dolar gelir elde edilmiştir (IOC, 2018: 30). Uluslararası Futbol Federasyonları Birliği'nin (FIFA- Fédération Internationale de Football Association) Dünya Kupası istatistiklerine göre, 2014 Dünya Kupası'nda 5,2 milyon kişi tarafından ziyaret edilen FIFA Fan Fest, 2018 Dünya Kupası'nda 7,7 milyon kişi tarafından ziyaret edilmiştir (www.fifa.com). Bir diğer önemli uluslararası organizasyon olan Wimbledon Tenis Turnuvası ise her yıl dünyanın en iyi tenisilerini ağırlamaktadır. Turnuvayı 2018 yılında 473.169 kişi yerinde takip etmiştir (www.wimbledon.com). Bu etkinlikleri izlemek için bölgeyi ziyaret eden turistler, yalnızca etkinliği izlemekle kalmayıp şehrin diğer turistik noktalarını da ziyaret etmektedir. Ancak, mega spor etkinliklerinin etkisi her zaman beklenildiği gibi olmayabilmektedir. Buna rnek verecek olursak, Formula 1 İstanbul Grand Prix'i için yapılan pistin maliyetinin 60 milyon dolar olması beklenirken 220 milyon dolar olmasıdır (Ger ve Silik, 2014: 155). Daha sonraki dönemde etkinlik istenilen verim alınamadığı için takvimden çıkarılmış, zaman içerisinde tesis atıl duruma düşmüştür (Asker, 2010:99' dan akt. Yavuz ve akıcı, 2014: 13).

2.2.2.1.3. Nostalji Spor Turizmi

Nostalji spor turizmi, insanların herhangi bir bölgeye; stadyum, spor müzeleri vb. yerleri ziyaret etmek amacıyla seyahat etmesidir (Gibson, 1998: 157). Nostalji spor turizminde çekim noktaları, özellikle futbol kulüplerinin stadyumlarıdır. Birçok büyük spor kulübü stadyum ve müze turları düzenlemektedir. Bu turlar, turistler için eşsiz bir deneyim sunmaktadır. Ayrıca, turlar sayesinde kulüpler asıl faaliyet alanları dışında gelir sağlamaktadır. FC Barcelona'nın

CampNou Stadyumu'ndaki müzesini yılda 1,2 milyon turist ziyaret etmektedir. Mze, şehirde en çok ziyaret edilen müzeler arasında ikinci sıradadır (www.barcelo.com).

2.2.2.2. Gerçekleştirilen Yere Göre Spor Turizm Türleri

Gerçekleştirilen yere göre spor turizm türleri üç alt başlıkta incelenmektedir. Bunlar; kara sporları turizmi, su sporları turizmi ve hava sporları turizmidir. Aşağıda sırasıyla söz konusu spor turizm türleri alt başlıklar altında açıklanmaktadır.

2.2.2.2.1. Kara Sporları Turizmi

Kara sporları turizmi, karada gerçekleştirilen spor branşlarına yönelik yapılan turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Türkiye, dağılık coğrafyası, doğıal güzelliklere sahip doğıa yürüyüşü rotaları ve modern tesisleriyle kara sporlarında ne çıkan bir destinasyondur. Aşağıda kara sporları turizm türleri sırasıyla açıklanmaktadır.

2.2.2.2.1.1. Futbol Turizmi

Futbol, yılda 250 milyar dolarlık iş hacmi oluşturan bir spor dalıdır (Yeşil, 2015: 52). Sponsorluklar, yayın hakları, ma günü gelirleri, ulusal ve uluslararası organizasyonlar ve kamp dönemleri futbol ekonomisinin büyümesinde önemli bir etkindir. Son yıllarda Türkiye, İşpanya, Portekiz, Avusturya, İsviçre gibi ülkeler futbol turizminde kamp ve organizasyonlarla ne çıkmaktadır. 2016 Avrupa Futbol şampiyonası galibi Portekiz, bu başarısını ülkeye turist çekmek amacıyla kullanmaktadır. Bu amaçla, Portekiz Futbol Federasyonu ve Portekiz Turizm Bakanlığı ortak çalışmalar yürütmektedir (www.viajarmagazine.com.pt).

Türkiye' de Antalya, Ankara ve Erzurum önemli birer futbol kampı destinasyonudur (Demir ve Demir, 2017: 363). Türkiye'de 2018 yılında futbol kamp turizminden 100 milyon euro gelir hedeflenmiştir (www.haberler.com). 2018 yılında 1700 futbol takımınındevre arası kampı yaptığı Antalya, 2019'da bu rakamı 2000'in üzerine çekmeyi hedeflemektedir (www.turizm gazetesi.com). Organizasyon açısından U20 Dünya Kupası, UEFA Kupası finali ve şampiyonlar Ligi finali Türkiye'nin ev sahipliğinde gerçekleştirilmiş önemli organizasyonlardır (akıcı ve Yavuz, 2012; Gsb, 2013a'dan akt. akıcı ve Güler, 2014: 39).

2.2.2.2.1.2. Golf Turizmi

Golf, günümüzde ekonomik byklġ en fazla olan spor turizmi türlerinden biridir. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA)'nın raporuna göre, golf turistleri normal bir turistten beş kat fazla harcamaktadır (BAKA, 2011: 8). Ulusal Golf Vakfı (National Golf Foundation) tarafından hazırlanan rapora göre, Dünya'da 208 ülkede golf oynanmakta ve dünya üzerinde 33.161 tesiste 567.111 golf sahası bulunmaktadır. Dünya genelinde 203' yapım aşamasında, 353 tesis planlama aşamasındadır. Raporda ayrıca, dünya genelindeki en popüler 10 golf desitinasyonunun: ABD, Kanada, Japonya, İngiltere, Avustralya, Almanya, Fransa, İskoçya, İsveç ve Güney Afrika olduġu belirtilmiştir (The R&A, 2017). Portekiz ise yükselişte olan bir golf destinasyonudur. Golf sporunun ülkeye katkısı 2 milyar euro seviyesindedir (Andrade veAntao, 2015: 95). Türkiye, 2017 yılında, 130.000 golf turistinden 160 milyon euro gelir elde etmiştir (www.haberler.com).

Türkiye'de, toplam 21 tesiste 39 golf sahası bulunmaktadır. Tesislerle ilgili bilgiler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Türkiye'deki Golf Tesisleri

BÖLGE	SAHA	TAM ADI	SAHA SAYISI
İstanbul	Ataşehir Golf Kulübü	Ataşehir Golf Kulübü	1
İstanbul	Kemer	Kemer Golf & Country	2
İstanbul	Marmara Golf	Marmara Golf Kulübü	2
Antalya	AGC Courses	Antalya Golf Club	2
Antalya	Carya	Carya Golf Club	1
Antalya	Cornelia Courses	Cornelia Golf Club	3
Antalya	Gloria Courses	Gloria Golf Resort	6
Antalya	Kaya Palazzo	Kaya Palazzo Golf Club	1
Antalya	Lykia Links	Lykia Links Golf Course	1
Antalya	Montgomerie	Montgomerie/MaxxRoyal Golf Club	1
Antalya	National	National Golf Course	4
Antalya	Nobilis	RobinsonNobilis	1
Antalya	Sueno Courses	Sueno Golf Club	2
Antalya	Titanic Golf Courses	Titanic Golf Courses	4
Bodrum	Bodrum Golf Kulübü	Bodrum Golf Klübü	1
Bodrum	Regnum Golf	Regnum Golf Country	1
KKTC	Korineum	Korineum Golf & Country Club	1
Aydin	Kusadasi International Golf	Kusadasi International Golf	1
Ankara	Ankara Golf	Ankara Golf Kulübü	2
Samsun	Samsun Golf Kulübü	Samsun Büyükşehir Belediyesi Golf Kulübü	1
İzmir	İzmir Golf Kulübü	İzmir Golf Kulübü	1
Toplam			39

Kaynak: www.tgf.org.tr

Tablo incelendiğinde, tesislerin çoğunun Antalya’da olduğu, Antalya’yı ise İstanbul’un takip ettiği görülmektedir. Mevcut tesislere ek olarak, Antalya, Mersin, Aydın, Muğla ve Nevşehirde toplamda 35.000 yatak kapasiteli 49 tesisin yapılması planlanmaktadır (yigm.kulturturizm.gov.tr). Türkiye’de en popüler golf turizmi destinasyonu, Antalya’nın Belek beldesidir. Belek, sadece Türkiye’de değil, dünya genelinde popüler bir golf turizmi destinasyonudur. TurkishAirlines Open adındaki uluslararası golf turnuvası 2013 yılından bu yana Belek’te düzenlenmektedir. Belek Turizm Yatırımcıları Birliği (BETUYAB)’ın istatistiklerine göre 2010-2018 yılları arasında Belek’te oynanan golf oyun sayısı Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Belek’te Oynanan Golf Oyun Sayısı (2010-2018)

YIL	YERLİ TURİSTLERİN OYUN SAYISI	YABANCI TURİSTLERİN OYUN SAYISI	TOPLAM
2010	6.001	477.536	483.537
2011	6.849	522.434	529.283
2012	7.097	463.329	470.426
2013	6.581	495.103	501.684
2014	8.344	504.872	513.216
2015	8.077	455.085	463.162
2016	9.185	305.297	314.482
2017	10.851	278.514	289.365
2018	11.173	484.399	495.572

Kaynak: www.betuyab.com.tr/tr

Tablo incelendiğinde, oynanan oyun sayısında dalgalı bir yapı olduğu görülmektedir. Yerli turistlerin golf turizmine olan ilgisinin yabancılara oranla çok düşük olduğu, buna rağmen 2010 yılından 2018 yılına gelindiğinde yaklaşık yerli turistlerin oynadığı oyun sayısının neredeyse iki katına çıktığı görülmektedir. Yabancı turistlerin istatistiklerini incelediğimizde, özellikle 2015 yılında Rusya ile sonrasında da Almanya ile yaşanan siyasi sorunlar yabancı turistlerin oyun sayısını ciddi oranda düşürmüştür. 2018 yılına gelindiğinde ise, bölgede yabancı turistlerin oynadığı oyun sayısında büyük bir artış görülmüştür. Ancak 2013-2014 yıllarındaki başarı yakalanamamıştır.

2.2.2.2.1.3. Trekking Turizmi

Trekking, zorlu parkurlardan oluşan rotalar, çadır veya bungalov gibi konaklamalar içeren spor turizmi türüdür. Dünya’da trekking turizmi konusunda en gelişmiş ÷lkelerden biri Nepal’dir. Ülkenin Annaparnu Bölgesi, trekking turizminde, siyasi sorunların yaşandığı 2008 yılı haricinde gelişme göstermiştir. Bölgeyi 2010 yılında 90.161, 2011 yılında 99.296 kişi bu amaçla

ziyaret etmiştir (Lama, 2012). Macerasever turistler tarafından, kutup bölgeleri de birer trekking noktası haline gelmiştir (Gyimothy ve Mykletun, 2004: 855).

Türkiye’de de pek çok destinasyonda trekking sporu yapılabilmektedir. Bunlardan en meşhur olanı Batı Akdeniz’deki Likya Yolu’dur (Ardahan ve Mert, 2013: 341). Araştırmanın gerçekleştirildiği Mersin ilinin Erdemli, Silifke, Anamur ve Toroslar gibi ilçelerinde de trekking yapılmaktadır (www.mersinkulturturizm.gov.tr).

2.2.2.2.1.4. Kaya Tırmanışı Turizmi

Kaya tırmanışı, kaya yüzeylerinde çeşitli araçlarla (halat vb.) veya araç kullanmadan tırmanış veya iniş yapılmasına dayalı bir spor dalıdır. Almanya'nın Frankenjura ve İtalya'nın Arcobölgeleri kaya tırmanışı ile ünlü bölgelerdir (Woratschek, Hannich ve Ritchie, 2007: 6).

Türkiye’de arazi şartlarının uygun olduğu birçok bölgede kaya tırmanışı potansiyeli bulunmaktadır. Örnek verecek olursak Erzinan’da Munzur Dağı yamaçları ve Kemaliye Karanlık Kanyonu önemli bir kaya tırmanışı potansiyeline sahiptir (Şahin, 2009: 83). Antalya’nın Geyikbayırı bölgesi ise kaya tırmanışı ile ünlü bir bölgedir. Zaman içinde bölgenin kaya tırmanışıyla ünlenmesi sonucu konaklama tesisleri yapılmıştır. Bölgede, şu an çeşitli konseptlerde (bungalov, kamp alanı, pansiyon vb.) toplam 450-500 kişilik konaklama kapasitesi bulunmaktadır (Çetinkaya, 2014).

2.2.2.2.1.5. Binicilik Turizmi

Binicilik, at üzerinde çeşitli kurallar dahilinde yapılan, engel atlama, at terbiyesi, pony, atlı dayanıklılık ve üç günlük yarış gibi çeşitleri olan spor dalıdır (www.binicilik.org.tr). Türkiye’de 38 binicilik kulübü bulunmaktadır (www.binicilik.org.tr). Ulusal ve uluslararası organizasyonlar bu spor dalının turizmle olan en önemli bağıdır. Ayrıca, kırsal bölgelerdeki turizm faaliyetlerini geliştirmek adına da at binme sporundan yararlanılmaktadır. Erzurum ilinin binicilik turizmi açısından önemli bir potansiyeli bulunmaktadır (Cengiz ve Akkuş, 2012: 71).

2.2.2.2.1.6. Canyoning ve Canyoneening Turizmi

Canyoning ve Canyoneening genel olarak kanyonların arasından geçiş sporudur. Islak kanyonların arasından geçiş canyoning, kuru kanyonların arasından geçiş canyoneening adını almaktadır. Zorluğuna göre birtakım araç gereçler gerektirmektedir. Dünya’da ABD (özellikle

Grand Canyon), Türkiye’de Antalya Köprülü Kanyonu ve Muğla Saklıknt Milli Parkı bu spor turizm türüyle öne çıkmaktadır (Şahbaz ve Altınay, 2015: 130).

2.2.2.2.1.7. Jeep Safari Turizmi

Jeep safari, 4x4 jeeplerle doğal alanların gezildiği bir spor turizm türüdür. Muğla’da Fethiye, Dalyan, Köyceğiz gibi destinasyonlarda yaygın olarak yapılmaktadır (www.muglakulturturizm.gov.tr). Araştırmının gerekleştiriildiği Mersin ili, birçok ilçesinde çok sayıda jeep safari parkuruna sahiptir (www.mersinkulturturizm.gov.tr).

2.2.2.2.1.8. Bisiklet Turizmi

Bisiklet, bisiklet kullanarak parkur tamamlama veya zamana karşı yarışa dayanan, dağ ve yol bisikleti olmak üzere iki yan branşı olan spor türüdür (www.bisiklet.gov.tr). 1896’daki ilk olimpiyatlardan bu yana olimpiyatlarda yer almaktadır. Dünya çapındaki en ünlü bisiklet organizasyonları, Fransa Bisiklet Turu, İspanya Bisiklet Turu ve İtalya Bisiklet Turu’dur. Türkiye’de ise Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu en önemli bisiklet organizasyonlarından birisidir (www.bisikletliler.org). Bu uluslararası bisiklet turları, dağıttığı para ödülleriyle de dikkat çekmektedir. Fransa Bisiklet Turu’nun 2018 yılı galibi 500.000 euroluk ödülün sahibi olmuştur (MacLeary, 2018). 2018 Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu’nda ise toplam 103.155 dolar ödül dağıtılmıştır (zdemir, 2018). Araştırmının yapıldığı Mersin ili, “Tour of Mersin” adlı uluslararası bisiklet turu ile öne çıkmaktadır.

2.2.2.2.1.9. Kış Sporları Turizmi

Kış sporları turizmi, kar üzerinde çeşitli araçlarla yapılan spor türlerinin tümüdür (Hazar, 2007: 100). Kayak, snowboard, kayakla atlama gibi türleri vardır. İçlerinde en popüler olan branş ise kayaktır. Yılda ortalama 400 milyon kişi kayak yapmak amacıyla seyahat etmektedir. Dünya genelinde, Avusturya, İsviçre, Rusya, Kanada ve Güney Kore gibi ülkeler kış spor turizmiyle dikkat çekmektedir. Sadece Avrupalı turistlerin Alp Dağları’ndaki kış sporları turizmine katkısı 26 milyar dolardır. Dünya genelinde bölgeye 475 milyon turist gelmekte ve bu rakam küresel turizm hareketliliğinin %4’n oluşturmaktadır (Koşan, 2013).

Türkiye’de, kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri dahilinde kış sporları konseptli 29 tesis bulunmaktadır. Konaklama imkanları ve mekanik tesisler açısından değerlendirildiğinde, tesislerden 9’u faal 7’si kısmen faal durumdadır. Kış sporları turizminden aldığı payı arttırmak isteyen Türkiye bu alanda yeni yatırımlar planlamaktadır.

Planlanan yatırımlardan biri, Mersin sınırlarındaki Karboğazı Kayak Merkezi'dir Tablo 4'te, tesisler hakkında bilgilere yer verilmiştir (yigm.kulturturizm.gov.tr).

Tablo 4. Türkiye'deki Kış Turizmi Merkezleri

NO	TM/ KTKGB	PLAN DURUMU		YATAK KAPASİTESİ		MEVCUT MEKANİK TESİSLER		
		ÇDP	NİP/ÜİP	MEVCUT	HEDEF	ADET	KAPASİTE (KİŞİ/SAAT)	UZUNLUK (M)
1	Erzurum Palandöken KTKGB	VAR	VAR	2.466	8.850	19	24.563	22.018
2	Bursa Uludağ 2. Gelişim Bölgesi KTKGB	VAR	VAR	2.250	3.500	22	15.000	16.145
3	Bolu Köroğlu Dağı KTKGB	VAR	VAR	1.713	4.000	14	10.000	10.380
4	Kayseri Erciyes KTKGB	VAR	VAR	1.072	6.000	13	19.300	21.832
5	Kastamonu Çankırı İlga KTKGB	VAR	VAR	1.217	1.300	6	5.639	5.983
6	Kars Sarıkamış KTKGB	VAR	VAR	1.013	12.000	4	5.348	6.263
7	Kocaeli Kartepe KTKGB	VAR		800	1.000	4	6.400	3.250
8	Isparta Davraz Dağı KTKGB	VAR	VAR	467	1.600	4	3.800	3.621
9	Sivas Yıldız Dağı KTKGB	VAR	VAR	110	1.600	3	3.000	4.547
10	Çankırı İlga Kadınçayırı Yıldıztepe KTKGB		VAR	80	400	1	1.200	1.588
11	Ardahan Yalnızçam Uğurludağ KTKGB	VAR	VAR	74	4.250	3	2.800	5.250
12	Bayburt Kop Dağı KTKGB	VAR	VAR	60	810	1	600	1.220

Tablo 4. Devamı

13	Gmşhane Zigana KTKGB	VAR	VAR	40	470	1	843	661
14	Erzincan Ergan Dağı KTKGB	VAR	VAR		8.000	3	3.450	6.967
15	Denizli Tavas Bozdağ KTKGB	VAR	VAR		2.250	3	2.400	3.822
16	Samsun Ladik Akdağ KTKGB		VAR		800	1	800	1.360
17	Aksaray Hasan Dağı KTKGB	VAR	VAR	97	1.235			
18	Mersin Tarsus Glek Karboğazı KTKGB	VAR			8.000			
19	Gmşhane Çakırgl KTKGB	VAR	VAR		5.600			
20	Antalya Alanya Akdağ KTKGB	VAR	VAR		3.000			
21	Muğla Eren Dağı KTKGB	VAR			1.500			
22	Gümüşhane Süleymaniye KTKGB	VAR			1.180			
23	Artvin Kafkasör KTKGB	VAR	VAR		2.000			
24	Düzce Gkyaka Kardz Yaylası KTKGB	VAR	VAR		380			

2.2.2.2.1. Rafting Turizmi

Rafting, akış hızı yüksek olan nehirlerin raft denilen botlarla geçildiği takım sporudur (Yeşil, 2015: 41). Rafting parkurları, kolaydan zora doğru olmak üzere 1. dereceden 6. dereceye kadar sınıflandırılmaktadır (yigm.kulturturizm.gov.tr). Türkiye’de; Antalya ilinde Manavgat ayı ve Köprüçay, Artvin’de oruh Nehri, Rize’de Fırtına Deresi, Mersin’de Dragon ayı ve Göksu Nehri raftingle ne çıkan destinasyonlardır (yigm.kulturturizm.gov.tr). Antalya, Köprüçay’da 2018 yılında 700.000 rafting turistinden 200 milyon TL gelir elde etmiştir (www.hurriyet.com.tr).

2.2.2.2.2. Kano Turizmi

Kano, akış hızı az olan gllerde tek kişilik kanolar kullanılarak yapılan spor türüdür (Yeşil, 2015: 42). Özellikle olimpiyatlarda dikkat çeken bir su sporu branşıdır. Türkiye’de Manavgat, raftingte olduğu gibi kanodada gözde destinasyonlardandır. Manavgat’ta, her yıl Dragon Cano Fest adında uluslararası bir organizasyon düzenlenmektedir (Derman ve Yıldız, 2018: 124).

2.2.2.2.3. Kürek Turizmi

Kürek, nehir, göl veya denizlerde bireysel veya takım halinde kürek çekerek parkuru rakiplerden önce tamamlamayı amaçlayan spordur (Yeşil, 2015: 44). Özellikle macera tutkunu turistler tarafından tercih edilmektedir. Muğla ilinin Ortaca ilçesinde bulunan Dalyan mahallesi, milli takım kamplarının da gerçekleştirildiği bir kürek turizmi merkezidir (www.fanatik.com.tr). Türkiye’de Sapanca, Glkentve Poyrazlar Gölü kürek sporunun yapıldığı diğer destinasyonlardır (www.kulturportali.gov.tr).

2.2.2.2.4. Scuba-Diving Turizmi

Scuba-diving, dalış için uygun ekipmanlar kullanarak (oksijen tüpü, palet, dalış kıyafeti vb.), su altındaki flora ve faunayı gözlemlemek için yapılan spordur. Türkiye’de Antalya, Mersin ve Muğla gibi destinasyonlar scuba-diving turizmi açısından oldukça popüler destinasyonlardır (Hazar, 2007: 94-96). Scuba-diving, dalış sırasında gerektirdiği ekipmanlarla önemli bir ekonomik büyüklük oluşturmaktadır. 2025 yılında dünya genelinde bu büyüklüğün 5 milyar euronun üzerine çıkacağı tahmin edilmektedir (www.alliedmarketresearch.com).

2.2.2.2.2.5. Sörf Turizmi

Sörf, sörfçünün sudaki dalgalar üzerinde hareket etmesine dayanan, rüzgâr sörfü, uçurtma sörfü gibi türleride olan su sporudur. Sörf günümüzde dünyanın en popüler su sporlarından biridir. Sadece rüzgâr sörfü dünyada 1,5 milyon kişi tarafından yapılmakta ve 250 milyon dolarlık ekonomik getiri sağlamaktadır. Dünya’da ABD, Avustralya, Şili ve İspanya sörf turizminin yaygın olduğu ülkelerdir (www.beachapedia.org). Türkiye’de ise Alaçatı, sörf başta olmak üzere birçok su sporlarında önde gelen bir destinasyondur (Dalgakıran ve Bal, 2007).

2.2.2.2.2.6. Olta Balıkçılığı Turizmi

Olta balıkçılığı, olta ile balık vb. deniz canlılarını avlama sporudur. Uluslararası Su Sporları Federasyonu'na (International Water Sports Federation) göre, balıkçılık dünyada 500 milyon kişiye doğrudan veya dolaylı olarak iş hacmi yaratmaktadır (www.iwsfederation.com). Olta balıkçılığı turizmi, başta ABD olmak üzere balıkçılığın geliştiği birçok ülkede tercih edilen bir spor turizmi türüdür. Olta balıkçılığı turizminin sadece ABD'nin Alaska eyaletindeki ekonomik katkısı 1 milyar dolardır (Hoogendoorn, 2014: 2). Araştırmanın gerçekleştirildiği Mersin ilinde, Altın Kanca Amatör Balıkçılık Turnuvası düzenlenmektedir. 2018 yılında 2. kez gerçekleştirilen organizasyonda 100 takımdan 200 sporcu yer almış ve toplamda 35.000 TL para ödülü dağıtılmıştır (www.mersiniz.com).

2.2.2.2.2.7. Su Kayağı Turizmi

Su kayağı, kablo veya tekneye bağlanarak, kayak takımları ile su üzerinde ilerlemeye dayalı spordur. Kablolu su kayağı, tekne arkası su kayağı, atlama ve figür gibi türleri vardır. Uluslararası ve ulusal federasyonlarca düzenlenen yarışlar, bu spor dalının spor turizmi ile en önemli bağlantısıdır (www.tssf.gov.tr). Dünyada, başta Almanya, Fransa, Büyük Britanya, ABD ve Türkiye olmak üzere toplam 30 farklı ülkede yaklaşık 250 adet kablolu su kayağı parkı (wake-park) bulunmaktadır. Türkiye’de Van Gölü’ne kıyısı bulunan Bitlis’in Adilcevaz ilçesi ve Alanya’daki Goldcable Parkı özellikle kablolu su kayağı sporu için önemli destinasyonlardır (Mercan, 2017). Bununla beraber Samsun Büyükşehir Belediyesince Bandırma Plajı içerisinde oluşturulan kablolu su kayağı parkında yalnızca 2 saatlik bir eğitimden sonra insanlar denizde su kayağı yapabilmektedir (www.kulturportali.gov.tr). Ayrıca 1998 yılında Tercan Baraj Göleti’nde (Erzincan-Erzurum Karayolu 98 km) Türkiye Su Kayağı Şampiyonası gerçekleştirilmiştir (www.erzincankulturturizm.gov.tr).

2.2.2.2.8. Parasailing Turizmi

Parasailing, tekne arkasına baēlı paraētle havalanmaya dayanan extreme spordur. Extreme sporlara meraklı olan turistler tarafından sıklıkla tercih edilmektedir (zbek, 2014: 33). Havada kalma süresinin 8-12 dakika arası deēiētiēi sporda, paraētle 160 kiloya kadar insan taēınabilmektedir. Son yıllarda Ege ve Akdeniz sahil ŗeridinde popüler bir su sporu olarak dikkat çeken parasailing, Antalya'ya gelen yerli turistlerin özellikle bayram aktiviteleri arasında yer almaktadır. Deniz paraēt olarak da adlandırılan spora turistlerin ilgisi yoēun olurken, eēlenmek ve adrenalin dolu bu sporu yapmak isteyenler Konyaaltı Beach Park'ı ziyaret etmektedir (Kunt, 2018). Parasailing, Antalya dıēında Fethiye, Marmaris ve Bodrum gibi turistik yerlerde 250 liraya kadar çıkan tur cretlendirmesine raēmen çok fazla ilgi görmektedir (www.haberler.com).

2.2.2.2.3. Hava Sporları Turizmi

Hava sporları, hava sporlarına yönelik gerçekteēirilen spor turizmi faaaaliyetlerinin tümüdür (Hazar, 2007: 103). Hava sporları, amatör olarak yapılabil-diēi gibi uluslararası organizasyonlar dahilinde de yapılmaktadır. 2015 Dubai Dünya Hava Oyunları buna örnektir. (ēahin ren, 2018: 19-20). 2022 Dünya Hava Sporları Organizasyonu Türkiye'de düzenlenecektir (www.fai.org).

Türkiye'de, Türkiye Hava Sporları Federasyonu (THSF) tarafından 16 farklı branēta yılda 30'dan fazla etkinlik düzenlenmektedir. Antalya, Muēla ve Mersin baēta olmak üzere hava sporları ülkemizin birçok ilinde ilgi görmektedir (www.thsf.org.tr). Hava sporları turizm türleri genel olarak; Yamaç paraēt turizmi, yelken (delta) kanat turizmi, balon turizmi, mikrolayt turizmi, planör turizmi, model uçak turizmi ve paraēt turizmi ŗeklinde sıralanmaktadır.

2.2.2.2.3.1. Yamaç Paraēt Turizmi

Yamaç paraēt sporu, paraēt aracılığıyla yüksek bir tepeden koēarak atlayıp havalanmaya dayanır. Yamaç paraēt sporunun ilk denemesi 1940'lı yıllara dayanmaktadır (yigm.kulturturizm.gov.tr). Türkiye'ye 1990'lar da gelen yamaç paraēt, ilk olarak Fethiye ldeniz bölgesindeki Baba Daē bölgesinde baēlamıētır. Günümüzde; Türkiye, İēviçre, Meksika, Kolombiya, Nepal, Brezilya ve Gürcistan en ünlü yamaç paraēt destinasyonlarıdır (www.booking.com). Türkiye'de ldeniz, Pamukkale, Glbaēı, Abant, Kayseri, Eskiēehir, Antalya gibi birçok destinasyonda yamaç paraēt yapılmaktadır (Hazar, 2007: 103-104).

2.2.2.2.3.2. Yelken (Delta) Kanat Turizmi

Yelken (delta) kanat, sadece rüzgâr ve diğr hava akımları ile uçmayı sağlayan paraşüte benzer bir araçla yapılan spordur. Paraşüte benzemesine rağmen daha zorludur ve uçuş öncesi eğitim gerektirmektedir (Yeşil, 2015: 41). Yamaç Paraştne uygun olan bölgelerin hepsinde yapılabilen yelken-kanat sporunda, rüzgâr ve diğr hava etkileriyle uçuş yapılabilmektedir. Yamaç paraştnden farklı olarak tek kişilik bir uçuş sağlayan yelken kanatın eğitim süreci diğrlerine oranla biraz daha uzundur. Eğitimler, Türk Hava Kurumu (THK) ve özel kulüpler tarafından verilmektedir (Hazar, 2007: 104; www.turizm.gündemi.com).

2.2.2.2.3.3. Balon Turizmi

Balon, içine doldurulan sıvı propan gazının ısıtılmasıyla havalanan uçuş aracı kullanılarak yapılan spor turizm türüdür. 18. yüzyıl sonlarında başlayan bu spor, turistik destinasyonlarda rekreatif amaçlı da kullanılmaktadır. Doğal gzellikleriye kent turlarında yoğun ilgi gören balon turizmi, turizm kentlerinde alternatif gezi aracı olarak kullanılmasının yanı sıra bireysel spor amaçlı da kullanılmaktadır. Kapadokya, bu konuda dünyanın en önemli destinasyonlarındanır. Türkiye’de, Türk Hava Kurumu tarafından verilen 46,30 saatlik eğitimi tamamlayan kişiler, uçuş lisansı alabilmektedir. Kurs cretleri, 100\$/saat olarak belirlenmiştir. (yigm.kulturturizm.gov.tr). Ayrıca, Uluslararası Hava Sporları Federasyonu (FAI) tarafından düzenlenen organizasyonlar, bu sporun turizmle olan bir diğr bağlantısıdır (www.fai.org).

2.2.2.2.3.4. Mikrolayt Turizmi

Mikrolayt, basit bir motorlu yapıya sahip, yelken kanata benzer tek veya iki kişilik hava araçlarıyla yapılan spor turizm türüdür. Mikrolaytın kumanda paneli ve gösterge tablosu karmaşık değildir. İniş ve kalkış pistinin de önemi yoktur, kısa mesafelerde iniş ve kalkış yapabilir. Mikrolayt, aerodinamik yapısı sayesinde havalandıktan sonra deltakanat ve planör gibi motorsuz uçabilir. Böylelikle az bir yakıtla uzun saatler uçabilir. Mikrolayt uçuşu gerçekleştirmek için THK veya özel havacılık kulüplerine başvurulmaktadır (Hazar, 2007: 105; yigm.kulturturizm.gov.tr).

2.2.2.2.3.5. Planör Turizmi

Planör, başka bir motorlu uçak veya piste konulan bir motora aracılığıyla çalıştırılan motorsuz hava taşıtıdır. Araçlar tek veya iki kişilik olmaktadır. Planör, havada belli bir irtifaya

geldiğinde çekici halattan pilotu tarafından ayrılır ve serbest uçuşuna başlar. Görünüşü ve kumandalarının işlevleri diğer motorlu uçaklarda olduğu gibidir. Ancak hava koşulları daha fazla önem taşımaktadır. Planör Eğitim Kursları Türk Hava Kurumu tarafından yapılmaktadır. Her yıl İnönü Eğitim Merkezin 'de açılan planör kursu başlangıç, tekamül ve ileri tekamül kurslarından oluşmaktadır. Talep olduğunda bölgesel kurslar da düzenlenmektedir. (yigm.kulturturizm.gov.tr).

2.2.2.2.3.6. Model Uçak Turizmi

Model uçaklar, insan taşıma özelliği olmayan, kontrol edilebilen veya serbest olarak uurulabilen araçlardır. FAI tarafından uçuş ve imalat özelliklerine göre sınıflandırılmaktadır (Hazar, 2007: 106).Türkiye'de pek çok model uçak kulübü ve yesi bulunmaktadır. Türk Hava Kurumu (THK) tarafından farklı kategorilerde model uçak kursu verilmektedir. THK, Okulların tatil olduğu dönemlerde müracaat eden öğrencilere devamlı kurslar açmaktadır. Ayrıca, okulların havacılık kollarında eğitim yaptırmak üzere öğretmenlere de Model Uçak Rehber ğretmen Kursu açmaktadır. Bu kurslarda çoğunlukla serbest olarak uçabilen modellerin yapımı ve uçurulması projesi üzerinde çalışılmaktadır.Kurslar Türk Kuşu Etimesgut tesislerinde ya da bölgesel olarak ücretli-ücretsiz, yatılı-yatısız gibi şekillerde verilmektedir (yigm.kulturturizm.gov.tr).

2.2.2.2.3.7. Paraşüt Turizmi

Paraşütle atlama, yeterli bir yükseklikten atlanması sonucu paraşüt adı verilen kumaşın güvenli bir hızda yere inmek amacıyla açılması olarak gerçekleşen eğlence sporudur (www.thk.org.tr). Paraşüt sporu, tandem atlayış ve hızlandırılmış serbest düşüş olmak üzere iki kategoriye ayrılmaktadır. Ankara, İnönü ve Efes Türkiye'deki popüler atlayış noktalarıdır (yigm.kulturturizm.gov.tr). Uluslararası organizasyonlar kapsamında FAI'nın organizasyonları, bu spor dalıyla ilgili en önemli organizasyonlardır ve spor turizmine katkı sağlamaktadır (www.fai.org).

2.2.3. Spor Turizminin Etkileri

Spor turizminin yerel, ulusal ve küresel ölçekte birçok önemli etkileri bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi ekonomik etkilerdir. Bunun nedeni, spor turizminin oluşturduğu ekonomik büyüklüktür. Spor turizminin diğer etkileri ise sosyo-kültürel, politik ve çevresel etkiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu etkiler aşağıda sırasıyla açıklanmaktadır.

Tablo 5. Olimpiyatların Maliyet İstatistikleri (1992-2016)

OLİMPİYAT	MALİYET (MİLYAR \$)	KATLANILAN FAZLADAN MALİYET (%)
2016 RIO DE JANEIRO	4,58	51%
2014 SOCHI	21,89	289%
2012 LONDRA	14,96	76%
2010 VANCOUVER	2,54	13%
2008 PEKİN	6,81	2%
2006 TURIN	4,37	80%
2004 ATINA	2,94	49%
2002 SALT LAKE CITY	2,52	24%
2000 SYDNEY	5,03	90%
1998 NAGANO	2,33	56%
1996 ATLANTA	4,14	151%
1994 LİLEHAMMER	2,23	277%
1992 BARCELONA	9,69	266%

Kaynak:(McCarthy, 2016).

Yukarıdaki tabloya bakıldığında, olimpiyatların planlanandan daha fazla maliyete neden olduğu görülmektedir. Özellikle 2014 Sochi Kış Olimpiyatları Rusya'yı beklenenden çok daha fazla zorlamıştır. Elde edilen gelirler ile hükümetler maliyet kısmında yaşanan olumsuz tabloyu ortadan kaldırmaya çalışmaktadır.

2.2.3.2. Spor Turizminin Sosyo-Kültürel Etkileri

Spor turizmi, bölgeye çektiği turist ile yerel halk arasında bağ kurulmasında köprü görevi görmektedir. Çünkü, spor turistleri sadece sportif aktivitelere katılmamakta, bölgedeki diğer turistik mal ve hizmetlerden faydalanmaktadır. Bu sayede turist ile halk arasındaki etkileşim sosyo-kültürel bilgi birikiminin artmasını sağlamaktadır.

Sosyo-Kültürel etkiler her zaman olumlu yönde de olmayabilmektedir. Özellikle çeşitli konulardaki görüş ayrılıkları veya kültürel farklılıklar bunların başında gelmektedir. Örnek verecek olursak, İslami anlayışla yönetilen bir ülkeye seyahat eden turistin kılık kıyafetiyle ilgili tercihlerinin yerel halk tarafından garipsenmesidir (Karharman, 2014: 16).

2.2.3.3. Spor Turizminin Politik Etkileri

Hükümetler, spor turizmine çeşitli amaçlarla yatırım yapmaktadırlar. Spor turizminde en dikkat çeken kamu yatırımları spor etkinlikleri üzerinedir. Devlet yöneticileri, siyasi prestij ve uluslararası görünürlük sağlamak amacıyla spor tesisi yatırımları yapmakta, şehrin spor

kulübüne finansal kaynak sağlamakta veya spor etkinliklerine ev sahibi olmaktadırlar (akıcı ve Yavuz, 2013: 10-11; Yeşil, 2015: 62). Ayrıca, bu tarz sportif etkinlikler uluslararası iş birliğini güçlendirmektedir. Türkiye'nin Yunanistan ile beraber Avrupa Futbol Şampiyonası'nı düzenlemeye yönelik çalışmalar yapması iki ülke arasındaki politik sorunların azalması açısından önemli bulunmuştur (Yeşil, 2015: 63). Ancak, beklenen katkının sağlanması, kamu ve özel sektörün eş gml çalışması ile mümkündür. Aksi halde hükümetler organizasyonları gerçekleştirmede zorlanabilmektedir.

2.2.3.4. Spor Turizminin evresel Etkileri

Spor turizmi, gerektirdiği altyapı ve üstyapı yatırımlarından dolayı çevreyi olumlu veya olumsuz etkileyebilmektedir (akıcı ve Yavuz, 2013: 10-11). Dolayısıyla evresel etkiler her zaman olumlu yönde olmamaktadır. Bu etkilerin başında ormanlık alanlardaki ağaçların kesilmesinden kaynaklanan doğal hayatın tahribatı gelmektedir. Spor turizmine yönelik yapılan konaklama ve spor tesisleri, bölgedeki flora ve faunayı olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Ayrıca, tesislerin inşaatı sırasında meydana gelen ses ve gürültü kirliliği bir diğer sorun olarak karşıma çıkmaktadır. Turizme yönelik faaliyetlerin kontrolsüz gelişmesi, çarpık kentleşme gibi olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir (Toramanlı, 2014: 24).

2.2.4. Dünyada ve Türkiye' de Spor Turizminin Mevcut Durumu

Spor turizmi, katılım şekline göre, aktif, etkinliğe dayalı veya nostalji spor turizmi şeklinde gerçekleştirilmektedir. Spor turizminin yıllık küresel büyüme hızı %14 seviyesindedir (TÜRSAB, 2014). Uluslararası çapta spor turizmine en büyük katkıyı mega spor etkinlikleri sağlamaktadır. Sportcal Global Communications Ltd. (2017) tarafından hazırlanan Küresel Spor Etkisi (Global Sports Impacts) raporunda, spor turizmi ile ilgili önemli sayısal veriler sunulmuştur. Raporda, 2013-2016 yılları arasında gerçekleştirilen 317 etkinliğe 54,39 milyon kişinin katıldığı ifade edilmiştir. Etkinliklerin katılımcıları ve medya görevlileri, 2016 yılında toplam 1.517.900 geceleme yapmışlardır. Bu gecelemelelerin 136.000'ini 2016 Avrupa Futbol Şampiyonası'na katılanlar oluştururken, 600.000'ini 2016 Rio Olimpiyat Oyunları katılımcıları oluşturmuştur. Mega spor etkinlikleri kapsamında gerçekleştirilen en büyük etkinlikler olimpiyat oyunlarıdır. Uluslararası Olimpiyat Komitesi (International Olympic Committee) tarafından 2017 yılında hazırlanan raporda, Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin gelirleri dörder yıllık gruplar halinde belirtilmiştir. Raporda; Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin 1993-1996 döneminde 1,53 milyar dolar olan geliri, 2013-2016 döneminde 5,16 milyar dolar olarak açıklanmıştır. Komite, aynı zamanda olimpiyatlara ev sahipliği yapan şehirlere finansal destek

sunmaktadır. Komite, 2002 Salt Lake City Kış Olimpiyat Oyunları'ndan 2016 Rio Yaz Olimpiyat Oyunları'na kadar geçen süreçteki dördü yaz dördü kış olmak üzere 8 olimpiyata toplam 7,841 milyar dolar finansal yardımda bulunmuştur (IOC, 2017).

lke bazında, Amerika Birleşik Devletleri, uzun süredir olimpiyat veya FIFA Dünya Kupası gibi mega spor organizasyonlarına ev sahipliği yapmamasına karşın spor turizminde önde gelen ülkelerden biridir. Geleneksel olarak düzenlenen organizasyonlar (Amerika Açık Tenis Turnuvası, Uluslararası Boston Maratonu vb.) sayesinde ülke önemli bir spor turizmi markasıdır. Florida Sports Foundation (2017) verilerine göre, Amerika Birleşik Devletleri'nin Florida Eyaleti, 2017 yılında 16 milyon spor turistini ağırlamıştır. Bu rakam, Florida turizminin %15'ini oluşturmaktadır. Avrupa'da İspanya ve Portekiz, kış dönemi futbol kamp turizminde ve golfte, Avusturya, İsviçre ve Slovakya gibi ülkeler yaz dönemi futbol kamp turizmi ve kış sporları turizminde, İngiltere ve Fransa ise teniste markalaşmış birer spor turizmi destinasyonudur.

Türkiye, yaptığı spor tesisi yatırımları ve düzenlediği uluslararası organizasyonlarla küresel ölçekte son yıllarda spor ve spor turizmi açısından ne çıkan ülkelerden birisidir. Tablo 6'da Türkiye'nin 2014-2018 yılları arasında ev sahipliği yaptığı spor organizasyonlarından bazıları gösterilmektedir. Tablo, T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER)'nden talep edilen verilerden faydalanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 6. 2014-2018 Yılları Arasında Türkiye'de Düzenlenen Uluslararası Spor Organizasyonları

FEDERASYON	ETKİNLİK ADI	YIL	ŞEHİR
Atletizm	Avrupa Veteranlar Atletizm Şampiyonası	2014	İzmir
Atletizm	İstanbul Maratonu	2014	İstanbul
Basketbol	Genç Erkekler Avrupa Basketbol Şampiyonası	2014	Konya
Bisiklet	Uluslararası Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu	2014	İstanbul
Golf	Turkish Airlines Open	2014	Antalya
İşitme Engelliler	Avrupa Gençler Atletizm Şampiyonası	2014	Trabzon
İşitme Engelliler	U21 Dünya Basketbol Şampiyonası	2014	Samsun
Otomobil Sporları	Avis Boğaziçi Rallisi	2014	İstanbul
Tenis	ATP Mersin Cup	2014	Mersin
Yüzme	Samsung Boğaziçi Kıtalararası Yüzme Yarışı	2014	İstanbul
Tenis	WTA TEB BNP Paribas İstanbul Cup	2015	İstanbul

Tablo 6. Devamı

Atletizm	Runatolia	2015	Antalya
Atletizm	Uluslararası Mersin Maratonu	2015	Mersin
Bisiklet	Tour Of Mersin	2015	Mersin
Güreş	Avrupa Gençler Güreş Şampiyonası	2015	İstanbul
Kayak	FIS Snowboard Avrupa Kupası	2015	Kayseri
Tenis	ATP TEB BNP Paribas İstanbul Open	2015	İstanbul
Voleybol	BVA Balkan Plaj Voleybolu Şampiyonası	2015	Balıkesir
Voleybol	Genç Erkekler Balkan Voleybol Şampiyonası	2015	Ankara
Basketbol	FIBA Kadınlar Euroleague Final Four	2016	İstanbul
Boks	Yıldız ve Genç Bayanlar Avrupa Şampiyonası	2016	Ordu
Cimnastik	Artistik Cimnastik World Challenge Cup	2016	Mersin
Kayak	Alp Disiplini Uluslararası FIS Erciyes Kupası	2016	Kayseri
Voleybol	Voleybol Kadınlar CEV Challenge Kupası	2016	Trabzon
Voleybol	FIVB Plaj Voleybolu Dünya Turu	2016	Antalya
Basketbol	FIBA Kadınlar Avrupa Kupası	2017	Kayseri, İstanbul
Basketbol	Euroleague Erkekler Final Four	2017	İstanbul
Bedensel Engelliler	Ampute Futbol Avrupa Şampiyonası	2017	İstanbul
İşitme Engelliler	23. Deaflympics Yaz Oyunları	2017	Samsun
Tenis	ATP World Tour 250 Antalya Cup	2018	Antalya
Yelken	Balkan Şampiyonası	2017	Tekirdağ
Basketbol	Eurocup 2018 FIBA Avrupa Basketbol Kupası Finali	2018	İstanbul
Bisiklet	Tour Of Antalya	2018	Antalya
Bisiklet	Tour Of Mediterranean	2018	Hatay, Adana, Mersin
Bisiklet	Tour Of Mesopotamia	2018	Şanlıurfa, Mardin, Diyarbakır
Bisiklet	Mosso International Tour Of Mevlana	2018	Konya
Bisiklet	Tour Of Black Sea	2018	Samsun, Giresun, Rize
Bisiklet	Tour Of Cappadocia	2018	Nevşehir, Kayseri
Kayak	Uluslararası Snowboard Dünya Kupası	2018	Erzurum
Voleybol	Plaj Voleybolu 3 Yıldız Dünya Turu	2018	Mersin

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi

Tablo 6 incelendiğinde, Türkiye'nin çok sayıda uluslararası spor organizasyonuna ev sahipliği yaptığı görülmektedir. Büyük lçekli organizasyonlara genelde İstanbul ve Antalya şehirleri ev sahipliği yapmıştır. Ek olarak, Türkiye'nin birçok şehrinde, çeşitli spor dallarında organizasyonlar düzenlenmiştir. Araştırmanın gerçekleştirileceği Mersin ili, Tour of Mersin ve Uluslararası Mersin Maratonu organizasyonlarıyla öne çıkmaktadır. Her ne kadar yetersiz olsa

da, bu etkinlikler Mersin'in spor turizmi potansiyelinin açık bir göstergesidir. Türkiye'nin çeşitli illerinde farklı büyüklükte organizasyonlar düzenlenmesine rağmen, yapılan gözlemler sonucunda, mega spor etkinliği niteliği taşımayan organizasyonların ülkenin önde gelen basın-yayın organlarında çok az yer aldığı görülmüştür. Ulusal medyada bu tür organizasyonların daha çok yer alması, organizasyonların tanıtımı ve geliştirilmesi için önemli bir unsur olduğu düşünülmektedir.

Türkiye'nin spor turizmindeki gücü sadece uluslararası organizasyonların düzenlenmesiyle sınırlı kalmamaktadır. Demir ve Demir (2004); Antalya'nın futbolda, Bektaş (2010); Kaçkar Havzası'nın trekkingte, Cimilli, Gülbahçe ve afak (2016); Bursa, Kayseri, Erzurum ve Bolu gibi şehirlerin kış sporlarında, Bayraktar, Aksakallı ve Selçuk (2017); Erzurum'un futbol kamp turizminde, Derman ve Yıldız (2018); Manavgat'ın kano ve raftingte önemli birer destinasyon olduğunu belirtmişlerdir. 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde spor turizmi ile ilgili olarak, Van ve Bitlis'i kapsayan Urartu Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi'nin golf ve su sporlarında, Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, anlıurfa ve ırnak bölgesini kapsayan GAP Kültür ve Turizm Gelişim Bölgesi'nin yamaç parat ve su sporlarında, Karadeniz yaylalarının ise rafting, yamaç parat, binicilik ve balonda ön plana çıkarılması hedeflenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

2.2.5. Türkiye' de Spor Turizmine Yönelik Sunulan Teşvikler

Spor turizmine yönelik sunulan teşviklerle ilgili değerlendirmelerde bulunmadan önce Türkiye'nin spor konusundaki mevcut durumuna bakmak gerekmektedir. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın istatistiklerinden yararlanılarak 2018 yılındaki Türkiye'deki toplam lisanslı sporcu, spor kulübü, hakem ve antrenör sayıları ile alınan madalya sayıları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Türkiye'nin Spor Alanındaki İstatistikleri (2018)

VERİ	TOPLAM SAYI
Lisanslı sporcu	4.907.955
Spor kulübü	15.828
Antrenör	15.197
Hakem	84.028
Madalya	6013 (1883 altın, 1888 gümüş, 2242 bronz)

Kaynak: sgm.gsb.gov.tr

Yukarıdaki tabloda, tüm veriler yıllara göre karılatırılabilir olmadığı için sadece 2018 verileri alınmıştır. Tablo incelendiğinde, 82 milyon nüfuslu Türkiye'nin lisanslı sporcu sayısının %5,98'i lisanslı sporcudur. Sporcular, uluslararası ampiyonalarda toplam 6013 madalya

kazanmışlardır. Bu sayılar mümkün olduğunca arttırılmalıdır. Bu görüşün nedeni, spor turizmindeki başarının ülkenin spordaki genel başarısıyla paralel olmasındandır. Yani, spor turizminde yapılacak teşvik ve yatırımlar sadece spor tesisi, konaklama vb. ile sınırlı kalmamalı, sporcuya, antrenörlere, hakemlere ve spor kulüplerine de yapılmalıdır.

Türkiye spora ve spor turizmine ciddi yatırımlar yapmaktadır. T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın (GSB) 2019 yılı bütçesi, 1.370.201.000 TL yatırım giderleri için olmak üzere toplamda 16.474.681.000 TL'dir (www.gsb.gov.tr). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bütçesi ise 1.324.091.000 TL'si yatırım olmak üzere toplam 5.664.701.000 TL'dir (www.turizmaktuel.com). Ekonomik büyüklüğünün fazla olması ve popülerliği nedeniyle, Türkiye'de futbol yatırımları ne çıkmaktadır. GSB ve TOKİ (Toplu Konut İdaresi) iş birliği ile önümüzdeki dönemde 6 stadyum yapılması planlanmaktadır. Bu stadlardan Ankara Stadyumu'nun 500 milyon TL, Elazığ Stadyumu ve Erzincan Stadyumu'nun 100 milyon TL, Edirne Stadyumu'nun 75 milyon TL, Hakkari Stadyumu'nun 30 milyon TL ve şırnak-Cizre Stadyumu'nun 15 milyon TL maliyetinin olacağı öngörülmektedir (www.hurriyet.com.tr). Türkiye'de spor turizmi yönünde verilen en önemli desteklerden biri de golf turizmidir. Bakanlık tarafından, Antalya, Aydın, Muğla, Mersin ve Nevşehir'de toplam 35.000 yatak kapasiteli 49 golf alanı yapılması planlanmaktadır (yigm.kulturturizm.gov.tr).

Türkiye'yi popüler bir spor turizmi destinasyonu yapan en önemli özellikler, modern spor tesisleri, üst düzey hizmet veren otelleri ve ucuz olmasıdır. Tesislerin kalitesi, uluslararası ölçekte organizasyonlara ev sahipliği yapabilecek düzeydedir. Hkmet yetkilileri, çeşitli paydaşlarla beraber bu organizasyonlara aday olmaktadır. Nitekim, Türkiye'de çeşitli büyüklükte yüzlerce uluslararası organizasyon düzenlenmiştir. Organizasyon sürecinde konaklama tesisleri önemli yer tutmaktadır. Türkiye, düzenlediği organizasyonlarda üst düzey konaklama imkânı sunmaktadır. Futbol kampı veya golf gibi sporları yapmak için ülkemize gelenler, spor turizmi konseptli otelleri tercih etmektedir. Antalya'ya bağlı Belek bölgesi, golf ve futbol kamp turizmine yönelik tesisleriyle ünlüdür. Olimpik organizasyonlarda kullanılan konaklama tesisleri ise farklıdır. Tesisler, olimpiyat köyü olarak yapılmakta, organizasyonlardan sonra ğrenci yurdu kapsamında değerlendirilmekte ve atıl kalması önlenmektedir. rnek olarak, 2013 yılında Mersin'de düzenlenen Akdeniz Oyunları ve 2017 yılında Samsun'da düzenlenen İşitme Engelliler Olimpiyatları için yapılan olimpiyat köyleri verilebilir.

2.3. Mersin İli Hakkında Genel Bilgiler

Araştırmanın bu bölümünde Mersin ili hakkında genel bilgiler verilmektedir. Bu kapsamda Mersin ilinin tarihi, coğrafi, demografik, ekonomik ve turizm potansiyeli hakkında detaylı bilgiler sunulmaktadır.

2.3.1. Mersin İlinin Tarihi

Mersin ilinin tarihi gemişı, Neolitik Dönem'e kadar uzanmaktadır. Bu döneme ait bulgulara, Yumuktepe ve Gözlükule'de gerçekleştirilmiş olan kazı çalışmaları sırasında erişilmiştir. M 17. yy.-6. yy. arasında Hititler, ağdaş Kizuvatna Krallığı, Kue Krallığı ve Persler yöreye hükmetmiştir. Ardından, Makedonya Kralı Büyük İşkender bölgeyi ele geçirmiş, özellikle Silifke' de etkinliğini srdrmştır. Kral Selefkos Nikador, adını bu ilçeye vererek hükümdarlığını M 100 yılına kadar devam ettirmiştir (MTSO, 2018: 21). M 66 yılında, Roma İmparatorlarından Pompeus, korsanların işgalindeki Mersin ve çevresini zaptederek Soloi şehrini kendi adına izafeten Pompeipolis olarak değiştirmiştir. MS 330 yılına kadar bir yükselme devri yaşayan bölge İmparator Julyanus döneminde (361-363) putperestliğin resmi din olması ve Hristiyanlara baskı yapılması nedeniyle büyük karışıklıklar yaşamıştır. İlk Kral Arcadius zamanında Kilikya eyaleti e blnmştır. Silifke, Tarsus ve Anavarza şehirleri merkez seçilmiştir. Bu dönemde, Neapolis (Kanlıdivane) şehri kurulmuştur. Bizans döneminde şehirleşme gelişmiş, daha sonra İşlam Orduları Kıbrıs'ı ve Silifke'yi, Muaviye döneminde de Kilikya'yı ele geçirmişlerdir. Ancak bir süre sonra Bizanslılar bölgeyi egemenlikleri altına almışlardır. Bölgenin 705 yılında İşlam Orduları tarafından tekrar ele geçirildiği ve 250 yıl süre ile egemenliklerini srdrdkları bilinmektedir (MTSO, 2018: 21).

Kısa bir süre Selçuklular tarafından yönetilen İçel, 1516'da Osmanlı egemenliğine girmiştir. Kavalalı Mehmet Ali Paşa ayaklanması sırasında Mersin ve çevresi ele geçirilmiştir. 1852 Kütahya Anlaşması ile tekrardan Osmanlı topraklarına dahil olmuştur. Birinci Dünya Savaşı'nın ardından tüm Çukurova Bölgesi, Fransız ve İngilizler tarafından işgal edilmiştir. Kurtuluş Savaşı sonunda imzalanan Ankara Anlaşması'nın ardından, işgal kuvvetleri 3 Ocak 1922' de Mersin'i terk etmişlerdir. Mersin, 1924 yılında il olmuştur. 1933'te ise Silifke merkezli İçel ile birleşerek "İçel" adını almıştır. 28.06.2002 tarihinde, şehrin adı tekrar "Mersin" olarak değiştirilmiştir (MTSO, 2018: 21).

2.3.2. Mersin İlinin Coğrafi Yapısı

Mersin, Türkiye'nin Akdeniz Bölgesi'nde bulunan bir liman kentidir. şehir, 36-37° kuzey paralelleri ile 33-35° doğu meridyenleri arasında yer almaktadır. İlin kara sınırı 608 km, deniz sınırı 321 km, yüzölçümü 15.853 km²'dir. Kuzey kesimler Batı ve Orta Toroslar'dan oluşan dağlıklı bir yapıya sahipken, sahil şeridi genellikle düz arazilerden oluşmaktadır. Güneyinde Akdeniz, doğusunda Adana, batısında Antalya, kuzeyinde ise Niğde, Karaman ve Konya illeri bulunmaktadır (www.mersinkulturturizm.gov.tr).

yetiştiriciliği yapılmıştır. Bu gelişimde Rum ve Hıristiyan Araplar' ın yaptığı yatırımlar önemli rol oynamıştır. Mavramoti ve Bogaski adındaki iki Rum sermayedar, yaptıkları yatırımlarla en çok ne çıkanlardır. 20. Yüzyıl başlarında siyasi tutarsızlık ve arkasından 1. Dünya Savaşı'nın çıkması, yatırımcıların bölgeyi terk etmesine ve şehrin ekonomik durgunluk yaşamasına neden olmuştur. 1943-1947 yılları arasında Mersin'de görev yapan Vali Tevfik Sırrı Gr'n lise, halkevi ve stadyum yaptırması, ekonomik canlanmayı yeniden başlatmıştır. 1950'li yılların başından 1970'li yılların ortalarına kadar geçen süre içerisinde, Mersin hızla sanayileşmiş ve gelişmiştir. Ancak, gelişmelerden dolayı bölgenin çok fazla g alması, kimliksizleşme ve çarpık kentleşme gibi sorunlar yaşaması günümüzde ekonomik gelişmeyi olumsuz yönde etkilemiştir (Turgut, 2005, 13-34). 1990'lı yıllarda 1. ve 2. Körfez Savaşları, bölgeye yakın olan Mersin ilinin ekonomisinde olumsuz etki yaratan diğer bir faktördür (Ulutaş, 2006: 73-85).

Mersin ekonomisinde önde gelen sektörlerden biri tarımdır. Tarımda toplam üretim, 2017 yılında bir önceki yıla göre %7,6 artarak 5.524.730 ton seviyesine yükselmiştir (MTSO, 2018: 66). Hayvancılıkta da önemli bir il olan Mersin, 1.321.761 küçükbaş hayvan ile Türkiye'de 5. sırada yer alırken, 18.764.056 kanatlı hayvanla Türkiye genelinde ilk sırada yer almaktadır. Ayrıca, hayvansal ürün üretiminden 418 milyon TL katkı sağlanmaktadır (MTSO, 2018: 82-83). Mersin'deki sanayi işletmelerinin durumuna baktığımızda, 2016 yılı itibariyle 1556 sanayi işletmesi ve 43.012 çalışan bulunmaktadır. Mevcut işletmelerin 1408'i imalat işletmesidir. Bu durum, sektör çeşitliliğinin az olduğunun ve ekonomik yapının kırılgan olduğunun bir göstergesidir (MTSO, 2018: 85-86). Mersin'in dış ticaret istatistikleri incelendiğinde, Mersin hinterlandının, 2017 yılında 8,5 milyar dolarlık ihracat, 13,77 milyar dolarlık ithalat rakamlarına ulaşmıştığı görülmektedir. Mersin firmaları ise yıllık 1,5 milyar dolarlık ihracat, 1,3 milyar dolarlık ithalat hacmine sahiptir (MTSO, 2018: 98). Mersin ilinin Türkiye'deki Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı ise %1,79'dur (www.tuik.gov.tr).

2.3.5. Mersin İlinin Turizm Yapısı

Mersin, turizm açısından beklentilerin altında kalan bir şehir durumundadır. Özellikle şehrin tarihi ve kültürel değerleri, kültür, gastronomi, spor ve inanç gibi turizm türlerinde Mersin'in potansiyelini ortaya koymaktadır. Kız Kalesi, Silifke Kalesi, Tarsus'taki St. Paul Kuyusu ve Kilisesi şehrin önemli tarihi ve kültürel değerleridir (www.mersinkulturturizm.gov.tr). Ayrıca Mersin Marina, 1000 tekne kapasitesi, alışveriş merkezleri, oyun alanları vb. hizmetleriyle ilgi gören turistik noktalardandır (www.mersinmarina.com.tr). 2023 Türkiye Turizm Stratejisinde, şehir merkezi kongre turizmi, şehrin batısı ise ekoturizm alanı olarak belirlenmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'ne ek olarak Tarsus-Kazanlı Bölgesi turizm bölgesi olarak ilan edilmiştir. Bu bölgeye 1 milyar dolarlık

yatırım yapılması beklenmektedir. Bölgedeki otellere yapılacak golf sahalarının, Mersin'in spor turizmine katkı sağlaması, Antalya ile rekabet gücünü arttırması beklenmektedir (www.aksam.com.tr).

Mersin turizminin potansiyelini artıran unsurlar olduğu gibi, azaltan unsurlar da vardır. Mersin ili turizm konusunda jeopolitik açıdan dezavantajlar yaşamaktadır. Mersin, Orta Doğu coğrafyasına yakınlığıyla dikkat çekmektedir. Geçmişte hem Mersin hem de Türkiye'de turizm, jeopolitik konumlarından dolayı 1. ve 2. Körfez Savaşları'ndan olumsuz yönde etkilenmiştir (Ulutaş, 2006: 84). Mersin'in bir diğer jeopolitik dezavantajı, turizm açısından çok gelişmiş Antalya'ya komşu olmasıdır. Ayrıca, yüksek bir turizm potansiyeline sahip Mersin'in bir havaalanının olmaması, Mersin'in turizmde elini zayıflatan bir diğer unsurdur.

Mersin'de, 332 belediye belgeli konaklama tesisi, 40 turizm yatırımı belgeli tesis ve 58 turizm işletme belgeli tesis olmak üzere toplam 430 konaklama tesisi bulunmaktadır (www.mersinkulturturizm.gov.tr). Mersin ilinin 2017 ve 2018 yıllarına ait konaklama istatistikleri Tablo 9'da verilmiştir. Tablo 9, Mersin İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan istatistiklerden faydalanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 5. Mersin İlinin Konaklama İstatistikleri (2017-2018)

	TURİST SAYISI		GECELEME SAYISI		ORTALAMA GECELEME SAYISI		DOLULUK ORANI (%)	
AYLAR	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
OCAK	54.914	66.656	87.591	106.977	1,6	1,6	25,13	24,37
ŞUBAT	56.407	60.037	91.068	95.226	1,61	1,59	25,39	22,25
MART	68.616	70.048	111.718	113.004	1,63	1,61	27,64	26,22
NİSAN	73.757	80.553	117.477	131.582	1,59	1,63	27,48	28,91
MAYIS	79.374	79.311	127.433	131.491	1,61	1,66	25,96	25,95
HAZİRAN	96.874	113.409	180.700	202.407	1,87	1,78	22,9	25,4
TEMMUZ	195.825	191.366	384.204	390.226	1,96	2,04	41,52	46,03
AĞUSTOS	199.672	231.513	423.909	465.761	2,12	2,01	45,85	52,59
EYLÜL	132.245	129.123	266.819	260.452	2,02	2,02	32,58	31,61
EKİM	73.074	81.131	118.284	139.420	1,62	1,72	24,85	28,78
KASIM	69.214	63.750	109.335	103.569	1,58	1,62	20,68	23,46
ARALIK	68.797	64.605	127.892	108.788	1,86	1,68	25,05	24,53
TOPLAM	1.170.786	1.233.520	2.148.447	2.250.921	1,84	1,82	28,75	30,01

Kaynak: www.mersinkulturturizm.gov.tr

Tablo 9'da verilen istatistiklere göre, Mersin'de turizm faaliyetlerinin yaz döneminde yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, şehrin deniz-kum-güneş turizmi açısından sahip olduğu potansiyeli göstermektedir. Aynı istatistikler, Mersin'in turizmde beklentilerin altında kaldığını da göstermektedir. Bölgede turizm faaliyetlerinin yaz döneminde yoğunlaşması, turizmin mevsimsel olduğunu ve yıl geneline yayılamadığını göstermektedir. Ayrıca, toplam geceleme

sayısı toplam ziyaretçi sayısına bölündüğünde elde edilen düşük rakamlar, ortalama geceleme sorununu karşımıza çıkarmaktadır. Bunun yanında, turizm talebinin daha yüksek olduğu yaz aylarında bile tesislerin doluluk oranının %50'nin altında olması (2018 ağustos hariç), dikkat edilmesi gereken bir diğer unsurdur. Bu bilgilere ek olarak, Akmaz, elik ve Dağlıoğlu (2017), çalışmalarında şehirde turizm faaliyetlerinin yerli turizm ile sınırlı kalmasını, sahil bölgelerindeki ikincil konut sorununu, yatırım eksikliğini ve bu yüzden Antalya'nın gölgesinde kalınmasını bölge turizminde istenilen sonuçlara ulaşılamamasının nedenleri olarak göstermişlerdir.

Mersin ili için potansiyeli en yüksek olabilecek turizm türlerinden birisi spor turizmi olabilir. Bunun nedeni, şehrin 2013 Akdeniz Oyunları döneminden kalma spor tesisleri, her mevsim spor yapmaya uygun iklimidir. Mersin' deki spor tesisleri sadece 2013 yılındaki organizasyon için yapılan tesislerle kısıtlı değildir. Tablo 10'da Mersin ilindeki spor tesisleri ve gençlik kamplarının listesi verilmiştir.

Tablo 10. Mersin'deki Spor Tesisleri ve Gençlik Kampları

Sıra No	TESİSİN ADI, BULUNDUğU İLE VE KAPASİTESİ
	YENİşEHİR İLÇESİ
1	Sporcu Eğitim Merkezi (1 Kat, 9.040 m ²)
2	Gençlik Merkezi (2 Kat, 9.040 m ²)
3	Edip Buran Spor Salonu (1350 Seyirci Kapasiteli, 9.040 m ² , 5 soyunma odalı)
4	Yenişehir Gençlik Merkezi (Engelliler İçin) (3.159 m ² , 2 soyunma odalı)
5	Cimnastik Salonu (1000 Seyirci Kapasiteli, 13.965 m ² , 12 soyunma odalı)
6	Olimpik Kapalı Yüzme Havuzu (1000 Seyirci Kapasiteli, 13.539 m ² , 10 soyunma odalı)
7	Tenis Kompleksi (3000 Seyirci Kapasiteli, 74.352 m ² , 10 soyunma odalı)
8	Servet Tazegül Spor Salonu (5000 Seyirci Kapasiteli, 74.352 m ² , 14 soyunma odalı)
9	Nevin Yanıt Atletizm Pisti (2767 Seyirci Kapasiteli, 54.089 m ² , 10 soyunma odalı)
10	Mersin Stadyumu (25000 Seyirci Kapasiteli, 160.000 m ² , 4 soyunma odalı)
11	Ahmet Ayas Futbol Sahası (300 Seyirci Kapasiteli, 11.131m ²)
12	Seyfi Alanya Spor Salonu (500 Seyirci Kapasiteli, 11.131m ² , 14 soyunma odalı)
13	Tevfik Sırrı Gr Stadı (11955 Seyirci Kapasiteli, 50.015 m ²)
	TOROSLAR İLÇESİ
14	7.Bölge Spor Salonu (325 Seyirci Kapasiteli, 9.000m ² , 5 soyunma odalı)
15	Spor Salonu (500 Seyirci Kapasiteli, 7.043m ² , 4 soyunma odalı)
16	Sentetik im Yüzeyli Futbol Sahası (445 seyirci kapasiteli, 7.140m ² , 6 soyunma odalı)
17	Spor Salonu (1000 Seyirci Kapasiteli, 16.000m ² , 8 soyunma odalı)
18	Bocce Salonu (750 Seyirci Kapasiteli, 16.000m ² , 6 soyunma odalı)
	MEZİTLİ İLÇESİ
19	Mezitli Spor Salonu (500 Seyirci Kapasiteli, 4.500m ² , 6 soyunma odalı)
	AKDENİZ İLÇESİ

Tablo 10.Devamı

20	Judo-Eskrim Antrenman Salonu (722m ² , 2 soyunma odalı)
	TARSUS İLÇESİ
21	Şehir Stadı (5000 Seyirci Kapasiteli, 43.734m ² , 4 soyunma odalı)
22	Tarsus Spor Salonu (1300 Seyirci Kapasiteli, 43.734m ² , 4 soyunma odalı)
	SİLİFKE İLÇESİ
23	Silifke Şehir Stadı (3000 Seyirci Kapasiteli, 30.719m ² , 5 soyunma odalı)
24	Silifke Gençlik Sahası (30 Seyirci Kapasiteli, 14.944m ²)
25	Silifke Spor Salonu (750 Seyirci Kapasiteli, 14.944m ² , 4 soyunma odalı)
26	Silifke 23 Nisan Kampı (768 Yatak Kapasiteli, 194 oda, 55.199m ²)
27	Silifke Akkum Gençlik Kampı (120 Kişilik, 32 oda, 26.200m ²)
28	İçişleri Kampı (64 Odalı, 240 Yatak Kapasiteli, 59.111m ²)
29	DSİ Kampı (38 Bungalov Ev, 140 Yatak Kapasiteli, 65.561m ²)
30	Ekonomi Kampı (64 Odalı, 240 Yatak Kapasiteli, 52.974m ²)
31	Maliye Kampı (58.735m ²)
32	İl Özel İdare Kampı (25.145m ²)
33	Tarım Kampı (22 Odalı, 3 Bungalov Ev ve 88 Yatak Kapasiteli, 40.351m ²)
	ANAMUR İLÇESİ
34	Anamur Şehir Stadı (500 Seyirci Kapasiteli, 77.509m ² , 4 soyunma odalı)
35	Anamur Spor Salonu (500 Seyirci Kapasiteli, 8.053m ² , 4 soyunma odalı)
	GLİNAR İLÇESİ
36	Gülnar Futbol Sahası (300 Seyirci Kapasiteli, 41.329m ²)
37	Gülnar Spor Salonu (300 Seyirci Kapasiteli, 41.329m ² , 3 soyunma odalı)
	ERDEMLİ İLÇESİ
38	Erdemli Futbol Sahası (600 Seyirci Kapasiteli, 23.026m ²)
39	Erdemli Spor Salonu (820 Seyirci Kapasiteli, 23.026m ² , 5 soyunma odalı)
40	Erdemli/Çiftelınar Futbol Sahası (114 Seyirci Kapasiteli, 9.600m ² , 2 soyunma odalı)
41	Erdemli Atış Poligonu (1480 Seyirci Kapasiteli, 306.859m ² , 16 soyunma odalı)
	MUT İLÇESİ
42	Mut Şehir Stadı (750 Seyirci Kapasiteli, 19.887m ² , 2 soyunma odalı)
43	Mut Spor Salonu (500 Seyirci Kapasiteli, 24.214m ² , 4 soyunma odalı)

Kaynak: www.mersinkulturturizm.gov.tr

Tablo 10 incelendiğinde, tesislerin en çok Yenişehir ve Silifke ilçelerinde olduğu görülmektedir. Tesis türlerinde stadyumlar ve spor salonları öne çıkmaktadır. Spor ve spor turizminden sağlanan katkıyı arttırmak için, bu tesisler organizasyonel olarak daha aktif kullanılmalıdır. Tesisler haricinde, Bolkar Dağları kayak, dağcılık ve kaya tırmanışında, Silifke, Erdemli ve Toroslar ve Anamur ilçeleri trekking, yamaç paraşütü ve raftingte aktif durumdadır (www.mersinkulturturizm.gov.tr). Ayrıca, şehirde uluslararası organizasyon olarak son birkaç yıldır düzenli olarak gerçekleştirilen “Uluslararası Mersin Maratonu” ve “Tour of Mersin”

bisiklet turu düzenlenmektedir. 19-22 Nisan 2018 tarihleri arasında 4.'s gerçekleştirilen Tour of Mersin'e 9 ülkeden 15 takım olmak üzere toplam 105 sporcu katılmıştır (Ercan ve Açıkgöz, 2018). 16 Aralık 2018'de 4.'s gerçekleştirilen Uluslararası Mersin Maratonu'na 35'i elit atlet olmak üzere 1345 atlet katılmıştır. Halk kousuyla beraber katılımcı sayısı 100.000'in üzerindedir. Yarıta toplam 410.080 TL dl dağıtılmıştır (Ercan, 2018).



3. LİTERATÜR TARAMASI

Araştırmamızın bu bölümünde, konuyla ilgili yönelik literatürden elde edilen bilgiler derlenmiştir. Literatür taraması kapsamında, yerli ve yabancı akademik makalelerden, tez çalışmalarından, kitaplardan ve internet üzerinden ulaşılan resmi verilerden yararlanılmıştır.

Gibson (1998), ABD’de aktif spor turizmini araştırmıştır. Araştırmada veriler ikincil veriler aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmada, dünyada spor turizminin geliştiğini, otellerin spor aktivitelerine yönelik yatırım yaptıklarını ve golf turizminin ABD seyahat pazarında üçüncü sırada olduğuna dikkat çekilmiştir.

Siegfried ve Zimbalist (2000), araştırmalarında 1990'lı yıllarda ABD'de spora yapılan yatırımın büyüklüğünü ve etkilerini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Araştırmada yalnızca ikincil verilerden yararlanılmıştır. Araştırmada, 1990-1998 yılları arasında majör ligler için 46 stadyum/salon inşa edildiğı, 1999 yılının sonu itibariyle 49 tesisin yapım veya planlama aşamasında olduğı, toplam harcamanın ise 21,7 milyar dolar seviyesinde olduğı belirtilmiştir. Ayrıca, yapılan tesislerin hem spor takımları hem de bölgedeki vatandaşlar için önemli bir gelir kaynağı olduğı vurgulanmıştır.

Güçlü (2001), çalışmasında olimpiyatlar ve sponsorluk ilişkisini araştırmıştır. Araştırmının bulgularına göre, sponsorluk faaliyetlerinin en yoğun yürütüldüğü alanlardan biri spordur. Özellikle olimpiyatlar gibi mega spor organizasyonlarında sponsorlar sayesinde organizasyonlar daha iyi pazarlanabilmekte, gider ve maliyetler düşürülebilmektedir. Sponsor olan firmalarda, organizasyonlar sayesinde kendi reklamlarını yapmakta ve ticari fayda sağlamaktadırlar.

Daniels ve Norman (2003), araştırmalarında Nisan 2001-Ekim 2001 arasında Güney Carolina'da gerçekleştirilen 7 spor organizasyonuna katılım gösteren ziyaretçilerin yarattığı ekonomik etkiyi ortaya koymayı amaçlamışlardır. Elde edilen veriler girdi-çıktı yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, spor etkinlikleri, turistleri normalde ziyaret etmeyi dşnmeyecekleri yerlere çekebilmektedir. Araştırma kapsamındaki etkinliklerden Senior Golf Turnuvasının 100.000 dolardan fazla gelir sağladığı belirlenmiştir. Turist başına günlük harcamanın en az olduğu etkinliğin ise 22,15 dolarlık harcamayla Softball Turnuvası olduğu saptanmıştır.

Gammon ve Robinson (2003), spor ve turizmin kavramsal çerçevesini araştırmışlardır. Araştırmada, ikincil veriler aracılığıyla spor turizminin kavramsal çerçevesi açıklanmaya çalışılmış, ayrıca spor turizminin tanımı ve türleri üzerine bir model geliştirilmiştir. Araştırma sonucunda, spor turizminin sadece mega ölçekli organizasyonların yönetimi ile sınırlı olmadığı, spor turizmi ile alakalı hizmet ve deneyimlerin tamamını kapsadığı vurgulanmıştır.

Gibson, Willming ve Holdnak (2003), kolej takımlarının spor organizasyonlarının yarattığı turistik ekonomik katkıyı araştırmışlardır. Araştırma verileri 2 aşamalı olarak toplanmıştır. Birinci aşamada; 1999 yılında 181 Florida niversitesi futbol takımının taraftarına anket uygulanmıştır. İkinci aşamada ise 2000 yılında, 20 taraftar ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, takımı destekleyen turistlerin 293,38 dolar, gnbirlikilerin ise 114,82 dolar ortalama harcama yaptıkları tespit edilmiştir. Taraftarların seyahatle ilişkili davranışları incelendiğinde ise genellikle cumadan pazara kadar Gainesville’de konakladıkları, sadece iç saha değil deplasman maçlarına da gittikleri, kendilerini taraftar değil takımın bir parçası olarak gördükleri vurgulanmıştır.

Soykan (2004), Kütahya’nın doğa yürüyüşü alanlarının belirlenip spor turizmi açısından değerlendirilmesi amacıyla bir araştırma yapmıştır. Araştırmanın sonucunda, ormanlık arazilerin geniş yer kapladığı ve bu bölgelerin gelişmiş evre bilinci ile korunduğu ve Kütahya’da doğa yürüyüşü açısından yüksek bir potansiyelin bulunduğu tespit edilmiştir.

Demir ve Demir (2004), Türkiye’de gelişme gösteren futbol turizmini incelemişlerdir. Araştırmada, zellikle Antalya’nın birçok futbol takımı tarafından kamp dönemleri için tercih edilen bir destinasyon olduğu vurgulanmıştır. Ancak, futbol turizmi için yapılacak yatırımların sadece Antalya ile sınırlı kalmaması gerektiği, Mersin, eşme gibi futbol turizmi potansiyeline sahip bölgelerin de değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Araştırmada ayrıca futbol takımlarını ağırlayan tesislerin fiyat indirimine gitmemesi gerektiği, aksi halde hizmet kalitesinin düşürülmesiyle takımların daha sonraki dönemlerde başka destinasyonları tercih edebilecekleri belirtilmiştir.

Lamont ve Dowell (2007), küçük ve orta boy işletmelerin (KOBİ) bölgesel spor etkinliklerine yönelik sponsorluk ilişkilerini ortaya koymayı amaçlayan bir çalışma yapmışlardır. Araştırmada, literatürdeki kaynaklar ve beş örnek olay incelenerek bir model oluşturulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre, KOBİ’lerin bölgesel spor organizasyonlarına sponsorluk yapmasının nedeni, karmaşık olmayan ve ucuz olan bu yolla toplumsal grnlrlk sağlamaktır.

İçöz (2008), gerçekleştirdiği araştırmada futbolun pazarlanması ve futbol takımlarının hazırlık dönemi kamp yeri tercihlerini incelemiştir. Araştırmada, futbol turizminin profesyonellerce gerçekleştirilmesinden dolayı örgütsel nitelik taşıdığı, bu yüzden yöneticilerin pazarın özelliklerini ve beklentilerini iyi tespit etmesi gerektiği aktarılmıştır. Futbol kulüplerinin kamp destinasyonlarını belirlerken tavsiyeleri, kendi deneyimlerini, menajerler veya veri tabanları gibi bilgi kaynaklarından elde edilen bilgileri dikkate aldığı ifade edilmiştir. Ayrıca, futbol turizmi ekonomisinin büyüdüğüne, Antalya’nın futbol turizminde hızla geliştiğine, Mersin ve Kuşadası gibi bölgelere de gerekli yatırımların yapılp futbol turizmi pazarındaki payın artırılması gerektiğine dikkat çekilmiştir.

Avcı (2008), spor mekanlarının çevresel etkilerini golf örneği özelinde incelemiştir. Araştırma kapsamında, Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü ve Elektrik İşleri Etüt İdaresi'nden elde edilen veriler incelenmiştir. Araştırma sonuçlarında, turizmin 12 aya yayılmasında golf turizminin önemli yer oynadığı, ancak golf sahaları yapımının doğal hayatı olumsuz yönde etkilediği belirtilmiştir. Golf sahalarının yapımında, bölgenin su ihtiyacı ve su potansiyelinin tespit edilmesi, biyoçeşitliliğin korunması, dış etkenlerden arındırılmış özel çimli alanlara sahaların yapılması gerektiğine vurgu yapılmıştır.

Garau-Vadell ve Borja-Sole (2008), Mallorca’da 1997-2005 yılları arası golf turizmindeki gelişmeyi incelemişlerdir. Araştırmada bu amaçla 1997, 2001 ve 2005 yıllarının mart ayından eylül ayına kadar geçen süre içerisinde 1271 golfçü ve 45 golf kursu yöneticisi ile mülakat yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre geçen süre zarfında, talepteki büyüme oranı durmuş, paket tur ve otel konaklamaları azalmıştır. Pazarlama aracı olarak internetin kullanımı ve ucuz uçak biletlerinin destinasyon seçimindeki etkisinin arttığı görülmüştür. Golf turizminin ekonomik katkısında ise durağanlık gözlemlenmiştir.

Andreff (2008), tarafından spor ekonomisinin küreselleşmesi araştırılmıştır. Araştırmada sporun küreselleşmesinin nedenleri arasında uluslararası etkinlik sayısının artışının, bu etkinliklerin birçok ülkede naklen yayınlanışının ve sporun ticari yanının önem kazanmasının öne çıktığı belirtilmiştir.

Mursalov (2009), Azerbaycan'ın Guba-Haçmaz bölgesinin kış turizmi potansiyelini araştırdığı tez çalışmasında Azerbaycan' da gelişmekte olan turizm sektörünün mevcut durumunu ve kış turizmi ile ilgili planlamaları analiz etmiştir. Araştırma kapsamında, ülkenin turizm geçmişi hakkında bilgi verilmiş ve Guba-Haçmaz bölgesindeki planlamalar analiz edilmiştir. Yapılan mülakatlar sonucunda, bölgenin ülkede kış turizminin gelişimi için en uygun bölge olduğu, zaman içinde kış turizminin Azerbaycan turizmi için ilk sırada yer alacağı belirtilmiştir. Özellikle bölgede kurulacak olan Şahdağ Kayak Merkezi' nin bu gelişimde kilit rol oynayacağı vurgulanmıştır.

Bektaş (2010), Kaçkar Havzası'ndaki trekking parkurlarını spor turizmi açısından incelemek amacıyla gerçekleştirdiği tez çalışmasında konuyla ilgili altı kişi ile mülakat yapmıştır. Araştırma kapsamında bölgenin trekking ile ilgili envanteri çıkartılmış, en çok tercih edilen ve gizli kalan rotalar tespit edilmiştir.

Karakoç (2011), 2010 Dünya Basketbol Şampiyonası'nın spor turizmine ve ekonomiye yönelik etkilerini İzmir'e şampiyonayı izlemeye gelen yabancı turistler üzerinden araştırmıştır. Anketlerden elde edilen verilere göre katılımcıların çoğunun erkek, bekar, 500-1000 dolar arası geliri olan öğrenciler olduğu saptanmıştır. Araştırma sonucunda, özellikle araştırmaya katılan kadın katılımcıların önceliklerinin kültür turizmi olduğu, şampiyonanın sadece bunun bir parçası olarak görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %82,5'i tekrar Türkiye'ye gelmek

Çuhadar (2013), araştırmasında golf turizmine yönelik gelecekteki planlamalara temel oluşturması amacıyla Türkiye’de golf turizminin gelişimini ve geleceğe yönelik tahminleri araştırmıştır. Araştırma kapsamında 2001-2013 yılları arasında Antalya’nın Belek bölgesindeki golf tesislerinde oynanan oyun sayılarını analiz etmiştir. Analizler sonucunda Box-Jenkins metodundan faydalanılarak yeni bir model oluşturulmuş ve 2013 Nisan’dan 2014 yılı sonuna kadar geçecek sürede oynanacak oyun sayılarına yönelik tahminlerde bulunulmuştur. Tahminlere göre bu süre içerisinde 876.582 oyun oynanacağı tahmin edilmiştir. BETUYAB’ın istatistiklerine baktığımızda rakamın 863.252 olduğu görülmüştür (www.betuyab.com.tr).

Çakıcı ve Yavuz (2013), 2013 Akdeniz Oyunları bağlamında spor etkinliklerini ve olası etkilerini araştırmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre, olimpiyatlar gibi ciddi maliyetler katlanılarak gerçekleştirilen organizasyonların planlamasını yaparken, organizasyon öncesi ve sonrasıyla bir bütün olarak ele almak gerekmektedir. Bu bağlamda, Mersin'in Akdeniz Oyunları için yapılan yatırımları iyi değerlendirmesi halinde uzun vadede yeni etkinlikler için iyi bir imaj sahibi olacağı vurgulanmıştır.

Gumusgul, Kalkavan, Ozdilek, Demirel ve Ustun (2013), Türkiye turizminde futbol turizminin yerini ve önemini ortaya koymaya çalışmışlardır. Araştırmada ikincil verilerden yararlanılmıştır. Araştırmada, Antalya'ya yılda 1100 takımın geldiği, takımların ülke turizmine yılda ortalama 60 milyon dolarlık katkı sağladığı, futbol kamp turizmine yönelik hizmet veren tesislerin artırılmasının ülkenin futbol kamp turizmindeki marka değerini arttıracığı vurgulanmıştır.

Demir ve Demir (2013), futbol takımlarının kamp yeri seçiminde dikkate aldıkları unsurları tespit etmek amacıyla bir araştırma yapmışlardır. 5'li likert ölçeği şeklinde hazırlanan anketler, Isparta, Bolu, Kızılcahamam, Fethiye, Bodrum ve Marmaris'te kamp yapan takımların yöneticilerine uygulanmıştır. Veriler, faktör analizi, t testi, korelasyon ve regresyon analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Sonuç olarak, kampın yapılacağı bölgenin iklim koşulları, konaklama yapılan tesisin hizmet kalitesi ve sunduğu olanaklar ve bölgede yapılabilecek maç organizasyonlarının kamp yeri tercihini etkileyen faktörler olduğu tespit edilmiştir.

Elmas, Akkuş ve Cengiz (2013), Erzurum ilinin temel ve destekleyici turistik ürün çeşitlerinin değerlendirilmesi amacıyla bir araştırma yapmışlardır. Araştırmanın sonuç ve öneriler kısmında konu ile alakalı SWOT matrisi geliştirilmiştir. Bölgenin coğrafi konumu, ulaşım kolaylığı ve terör tehdidi olmaması en güçlü yanlar olarak görülmüştür. Zayıf yanlarda ise, doğal zenginliklerin iyi korunamaması ve konu hakkında yeterli bilincin olmaması öne çıkarılmıştır. Fırsatlar konusunda Erzurum'un cazibe merkezi seçilmesi ve bölgenin aldığı hibe desteğinin artmasına dikkat çekilirken, tehditler konusunda ise göç sorununun olması ve yatırımcıların yatırımlarını yapabilmesi için gereken yasal düzenlemelerde gecikilmesi faktörlerine vurgu yapılmıştır.

Taş, Şemsit ve Eylemer (2013), Avrupa Birliği (AB) örneğinde uluslararası spor politikalarının gelişimini ekonomik, sosyal ve siyasal açıdan ele almışlardır. Araştırmanın sonucunda, AB üyesi ülkelerin birçok alanda bütünleşmiş politikalar izlediği, Lizbon Anlaşması ile sporun bu alanlardan biri haline geldiği, sporun AB ekonomisine %4'lük katma değer sağladığı, büyük çaplı spor organizasyonlarının AB üyesi ülkelerin turizmini pozitif yönde etkilediği belirtilmiştir.

Waller, Trendafilova ve Daniell (2014), 2012 Beyzbol Majör Lig Dünya Serisi (Major League Baseball World Series) organizasyonunun Detroit'in imajını pozitif yönde etkileyip etkilemediğini ve sporun destinasyon imajını değiştirip değiştirmediğini araştırmışlardır. Araştırma kapsamında, Detroit'teki spor ve turizm ile ilgili yetkililerin katıldığı bir panelde röportajlar yapılmış ve dünya serisi süresince yayımlanan yerel ve ulusal raporlar incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, sporun Detroit imajı üzerinde pozitif bir etkisi olduğu ve spor organizasyonlarının, kötü bir şehir imajına sahip olan Detroit'in imajını olumlu etkileyeceği sonuçları öne çıkmıştır. Ek olarak, organizasyonun ekonomik etkisinin ise kısa süreli ve minimal seviyede olacağı, ziyaretçilerin etkinlik dışı harcamaları sayesinde ekonomik etkilerin büyüyebileceği vurgulanmıştır.

TÜRSAB (2014) tarafından hazırlanan spor turizmi raporu, ulusal ve küresel ölçekte spor turizmi ile ilgili detaylı bilgiler sunmaktadır. Raporda, spor turizminin 180 milyar dolarlık ekonomik büyüklüğünün olduğu, 2014 yılında 550.000'in üzerinde kişinin spor turizmi amacıyla Türkiye'yi tercih ettiği, bu turistlerin toplam 900 milyon dolar harcadığı, en çok gelirin futbol ve golf için gelen turistlerden sağlandığı, birden fazla kez kamp yapanlarla birlikte toplam 2500'den fazla futbol takımının kamp dönemlerini Türkiye'de geçirdiği, 160.000 kişinin ise golf için Türkiye'yi seçtiği sunulan dikkat çekici bilgilerdendir.

Toramanlı (2014), olimpiyat oyunlarının spor turizmine etkilerini araştırmıştır. Araştırmada spor, spor turizmi ve olimpiyatlar hakkında detaylı bilgi sunulmuş, bu bilgilerin ışığında sonuç ve öneriler geliştirilmiştir. Bu sonuç ve öneriler, spor turizmi ve olimpiyatlar olarak iki grupta incelenebilir. Araştırmada, spor turizmi ile ilgili bölgesel turizm master planlarının yapılmasının, çeşitli bölgelere bölgenin yapısına uygun tesisler yapılmasının ve organizasyonlar düzenlenmesinin, yerel yönetimlerin spor turizmi için mali destek vermesinin ve sponsorluk anlaşmaları sağlamasının önemli olduğu vurgulanmıştır. Olimpiyatlar için ise, olimpiyatların spor turizmi içerisindeki en önemli organizasyonlar olduğu, bu organizasyonların ülkenin tanıtımına, ekonomisine, turizmine büyük katkılar sağladığı ve olimpiyatların ülkede spora olan ilgiyi artırdığı belirtilmiştir.

Karharman (2014), nitel araştırmalardan durum çalışması yöntemini kullanarak Antalya’ da spor turizm potansiyelini incelemiştir. Çalışma sonucunda Antalya’nın marka değerinin artırılması için reklam düzeyi yüksek spor organizasyonlarının sürekli olarak

yapılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, Antalya’da spor turizminden en yüksek ekonomik getirinin futbol ve golf aracılığıyla sağlandığı belirtilmiştir.

Gozalova, Shchikanov, Vernigor ve Bagdasarian (2014), spor turizmini teorik açıdan incelemişler ve Rusya’nın spor turizmi potansiyelini bölgelere ayırarak detaylı şekilde araştırmışlardır. Çalışma sonucunda, Rusya’nın, gelişmekte olan spor turizminde kış sporları turizmini ne çıkarması ve spor turizmine yönelik paket turlara önem vermesi gerektiği vurgulanmıştır.

Schwartzhoffov (2014), maraton koşularının ev sahibi bölge için yarattığı turistik ekonomik katkıyı Run Czech etkinliği aracılığıyla incelemiştir. Araştırma kapsamında 110 kişiye anket uygulanmıştır. Katılımcıların %83’ seyahat amaçlarının sadece maratona katılmak olmadığını, şehride gezmek istediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların oğunlukla Olomouc Bölgesi’nden olduğu ve bu katılımcıların %69’unun konaklama yapmadığı ifade edilmiştir. Ayrıca, katılımcıların %71,5’i maratona ilke kez katıldıklarını belirtmişlerdir. Prag Uluslararası Maratonu’nun başarısından sonra, Çekya bu spor turizmi türünden daha çok ekonomik getiri sağlamak amacıyla 2012 yılı itibariyle Run Czech etkinliğini düzenlemeye başlamış ve maraton açısından ne çıkmaya başlayan bir destinasyon olmuştur.

Hinch ve Ramshaw (2014), Kanada’nın spor turizmi mirasını ve spor turizminin ülke için önemini ortaya koymayı amaçladıkları bir araştırma yapmışlardır. Araştırmada, kapsamında Arktik Kış Oyunları ve Kanada Futbol Ligi organizasyonlarına yönelik doküman incelemesi yapılmıştır. Sonuç olarak, spor turizminin Kanada için önemli bir kültürel miras olduğu, bu miras içerisinde Arktik Kış Oyunları ve Kanada Futbol Ligi’nin en önemli ögelerden ikisi olarak gösterildiği vurgulanmıştır.

Yeşil (2015), Antalya’da spor turizminin mevcut durum analizini gerçekleştirmiştir. Araştırmada toplam 41 kişi ile görüşme yapılmıştır. Görüşme yapılan konaklama tesisi yöneticilerinin spor turizmi hizmeti verecek imkanı olan otellerin yöneticileri olmasına, seyahat acentası yöneticilerinin ise TÜRSAB’a kayıtlı ve spor turizmi faaliyetinde bulunan acentaların yöneticileri olmasına, diğer katılımcıların ise konu ile doğrudan alakalı olmasına dikkat edilmiştir. Katılımcıların birçoğu spor turizminin, turizmi bölgede 12 aya yayacabileceğini ve birçok spor branşını içerisinde barındırarak kendi başına bir endüstri olabileceğini belirtmişlerdir. Katılımcıların %93’ünün işletmelerinde spor turizmine yönelik aktivitelerin bulunduğu belirtilmiştir. Bu aktivitelerde futbol, golf ve tenisin ilk üç sırayı oluşturduğu görülmektedir. Spor turizmine yönelik faaliyette bulunmayan işletmelerin yöneticileri, misafir profilleri ve konsept farklılıklarını bunun nedenleri olarak göstermişlerdir. Araştırmaya konaklama ve seyahat işletmecisi olarak katılanlar arasında spor turizmi faaliyetlerinin ağırlıkta olduğu işletmelerin çoğunlukta olduğu belirtilmiştir. Bu katılımcılara spor turizmi amacıyla gelen misafirlerin oranı sorulduğunda, işletmelerin sadece yarısında spor turizmi için gelenlerin

oranları %20'nin üzerinde olduğu bulunmuştur. Katılımcılara spor turizminin önündeki en önemli sorunlar sorulduğunda tanıtım ve pazarlama yetersizliği, altyapı yetersizliği, devlet desteğinin yetersiz olması, büyük organizasyonların düzenlenememesi gibi sorunların öne çıktığı saptanmıştır.

Akın (2015), spor turizminin etkilerini öncelikle genelde, sonrasında ise Gaziantep özelinde incelemiştir. Bu bağlamda, araştırmaya konusuyla ilgisi olan kamu ve özel kuruluştaki yöneticilerle yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada, Gaziantep'in spor turizmi için mevcut alanlara sahip olduğu ancak kurumların spor turizmi bölgelerinin tespitiyle ilgili çalışmalarının yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır.

Bartoluci, Skoric veStaresinic (2016), birincil ve ikincil verilerden yararlanarak Hırvatistan' ın spor turizmi potansiyelini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Araştırma kapsamında, online soru formu hazırlanmıştır. Sorular, ülkedeki 128 turizm kuruluna gönderilmiş, 124'nden cevap alınmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, en büyük sorunu mevsimsellik olan Hırvatistan için spor turizminin önemli bir alternatif turizm türü olduğu belirlenmiştir. Ayrıca spor turizm türlerinden bisiklet, balıkçılık, yürüyüş, tenis ve at binme öne çıkmaktadır.

Atçı, Unur ve Gürsoy (2016), Mersin halkının 17. Akdeniz Oyunları ile ilgili algılarını incelemişlerdir. Veriler, 1700 katılımcıdan anket yoluyla toplanmış olup, beş faktörde analiz edilmiştir. Analiz yöntemi olarak ki kare analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda şehrin imajının olumlu yönde etkilenmesi ve etkinliğin şehre sağlayacağı ekonomik katkı, yerel halk tarafından öne çıkarılan faktörlerdir.

Gürsoy (2016) tarafından yapılan araştırmada, spor turizmi türleri literatür taramasına dayalı olarak tanımlanmış ve Giresun'un her tür için sahip olduğu potansiyel, belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonucunda, Giresun'un spor turizminden yeterince faydalanamadığı, altyapı ve paydaş ilişkilerinin zayıf olduğu ifade edilmiştir. Ayrıca tüm paydaşların biraraya gelerek Giresun'da spor turizmini geliştirmeye yönelik çalışmaların artırılması önerilmiştir.

Diker, etinkaya ve Cinkara (2016), çalışmalarında spor turizminin alt dallarından biri olan hava sporları turizmini inceleyerek, Safranbolu destinasyonunun hava sporları turizmi potansiyelini ortaya koymaya çalışmışlardır. Araştırmada, hava sporları turizminin daha basit altyapı ihtiyacı gerektirdiği ve çevreye dost olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, Safranbolu'nun turistik açıdan yeterli getiriyi sağlayamadığı, bölgenin hava sporları için uygun yer şekilleri ve iklime sahip olmasından dolayı spor turizmi ile turistik ürün çeşitlendirilmesi yoluna gidilmesi gerektiği aktarılmıştır.

Cimilli, Gülbahçe ve Şafak (2016), Türkiye'nin kış sporları turizmi potansiyelini incelemişlerdir. Araştırmada ikincil verilerden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda

Türkiye'nin kış sporları turizminde gelişmek için uygun şartlara sahip olduğu ancak konuya yeterince önemin gösterilmediğine dikkat çekilmiştir.

Nicolau ve Santa Maria (2017), sporcuların elde ettiği başarıların turistik değer yaratıp yaratmadığını tespit etmek için yaptıkları araştırmada İspanyol tenisçi Rafael Nadal'ın Grand Slam tenis turnuvaları sırasındaki başarılı performansının aynı dönemde Iberia Hava Yolları'nın piyasa değerini artırdığı sonucuna ulaşmışlardır.

Jakovlev, Dimitrov, Koteski ve Serafimova (2017), Makedonya'da alternatif turizm içerisinde spor turizminin yeri ve önemi hakkında bir araştırma gerçekleştirmişlerdir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, ekonomik globelleşme, spor ile turizmin bağlantısı ve gelişiminde öncülük eden faktörlerden biridir. Alternatif turizm, turist ile ev sahibi arasında karşılıklı anlayış ve eşitlik gerektirdiği için turizmde sürdürülebilir gelişme için değerli bir faktördür. Günümüzde turistler yeni şeyler keşfetmeye eğilimlidir. Bu durum, alternatif turizmin önemini artırmaktadır. Araştırmaya göre, turistler, alternatif turizm içerisinde en çok spor turizmine para harcamaktadır ve spor turizmi ekonomik krizlerden etkilenmeyen nadir alanlardan biridir.

Bayraktar, Aksakallı ve Selçuk (2017), Erzurum'un yüksek irtifa futbol kampı turizmine yönelik potansiyelini araştırmışlardır. Veriler yüz yüze görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Araştırmanın 7 kişilik örneklemini, konaklama işletmeleri, menajerlik şirketleri ve kamp merkezi yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırmada, kış sporları turizmiyle ünlü olan Erzurum'un yüksek irtifa futbol kampı için uygun şartlara sahip olduğu, bu potansiyelin kullanılmasının şehrin turistik imajına katkı sağlayacağı ve bölgedeki turizm faaliyetlerinin yıl içerisindeki süresinin uzayacağı aktarılmıştır.

Gündüz (2017), araştırmasında yerel halkın golf turizmi algısını araştırmıştır. Bu bağlamda, Belek'teki vatandaşlara doldurtulan anketlerle veriler toplanmıştır. Araştırma sonuçlarında, halkın golf turizmi algısının orta düzeyde olduğu ve golf turizminde sürdürülebilirliğin çok dikkate alınmadığı vurgulanmıştır.

Mokras-Grabowska (2017), spor turizminin terminolojisini, özelliklerini ve potansiyelini araştırmıştır. Araştırmamanın verileri, Polonya’da sekiz farklı araştırma merkezine gönderilen açık uçlu sorular aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmamanın sonuçlarına göre, spor turizmi aktif spor turizmi, pasif spor turizmi, fan turizm gibi alt dallara ayrılmaktadır. Ancak, macera turizmi, uç turizm gibi kavramların olması birtakım anlam karmaşalarına yol açmaktadır.

Smaranda (2017), ikincil verilerden ve kendi deneyimlerinden faydalanarak Romanya'da 1989 yılından 2017 yılına kadar olan dönemdeki kış sporları turizminin gelişimini ortaya koymuştur. Araştırmanın bulgularına göre, 2009 yılında Romanya Kalkınma Bakanlığı tarafından 12 yerel yönetime konuyla ilgili toplam 40 milyon euro yatırım desteği yapılmıştır. Ayrıca, 2011 yılında merkezi yönetim tarafından, Romanya'nın çeşitli şehirlerinde toplam

maliyeti 37,5 milyon euro olan 12 tesis yapılmıştır. Yapılan yatırımlar sayesinde, Romanya, günümüzde kış sporları turizmi için önemli bir destinasyon haline geldiği belirtilmiştir.

Can ve Değirmen (2017), spor organizasyonlarının ekonomik boyutunu Mersin’de düzenlenen 17. Akdeniz Oyunları kapsamında incelemişlerdir. Organizasyonun yarattığı ekonomik etkiyi belirlemek için beklenen gelir (ex-ante) yöntemi çerçevesinde Mersin ilinde yaşayan kişilerin beklentileri belirlenmiş, gerçekleşen getiri (ex-post) yöntemi çerçevesinde istatistiksel ve ekonometrik analiz yapılarak beklentilerle analiz sonuçlarının örtüşüp örtüşmediği ortaya konulmuştur. Araştırmanın bulgularına göre organizasyonun bölge ekonomisine belirgin bir katkısı olmamıştır. Bölge ekonomisindeki ekonomik gelişmeler Türkiye ortalamasıyla paralellik göstermektedir.

avuşoğlu, Tükenmez ve Serdar (2017), kış olimpiyatlarının ülkelerin sosyo-ekonomik ve kültürel gelişimlerine etkisini araştırmışlardır. Araştırma verileri, British Columbia niversitesi ve SimonFraser niversitesi’ndeki öğrencilere uygulanan anketler aracılığıyla toplanmıştır. Toplam 419 anket yüzde, frekans ve çapraz tablolama yöntemiyle analiz edilmiştir. Araştırmada, ülkelerin kış olimpiyatları için ev sahibi şehirleri seçerken ülkenin en gelişmiş şehrini değil diğer şehirlerini tercih ettikleri aktarılmıştır. Bu tercihin nedeni, ev sahibi şehirlerin bilinirliğini ve gelişmişliğini artırmak olarak gösterilmiştir. Türkiye’de de olimpiyat oyunları bağlamında benzer stratejiler izlenmektedir. rnek olarak Mersin’deki Akdeniz Oyunları ve Erzurum’ daki Kış Oyunları gösterilebilir.

Osmanoğlu (2017), sporcuların spor turizmi temalı otellerin hizmet kalitesini değerlendirmesini incelediği çalışmasında, 389 profesyonel sporcudan verileri anket yoluyla toplamıştır. 28 madde ve 5 boyuttan oluşan verilerin analizinde t testi, ANOVA, Tukey Pos-Hoc ve Pearson Korelasyon yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda, hizmet kalitesine yönelik algıların otel odası, personel ve hijyen alt boyutlarında yüksek olduğu, spor alanı ve eğlence alt boyutlarında orta seviyede etkili olduğu bulunmuştur.

Tuncay (2018), uluslararası ve ulusal yüksek irtifa kamp merkezlerinin spor turizmindeki boyutlarını, organizasyon ve yönetim başlıkları altında incelemiştir. Ayrıca, Davraz’a yeni model öngörüsünde bulunulmuştur. Araştırmanın verileri, Avusturya Mlltaler, Kayseri Erciyes ve Erzurum Palandöken’deki kayak merkezlerinde 161 kişiye yapılan anket yoluyla toplanmış, frekans analizi yapılarak analiz edilmiştir. Yüksek irtifa kampına uygun iklim ve doğa şartlarına sahip Davraz’a bu turizm türüne yönelik yatırımlar yapılması halinde, bölgenin önemli bir yüksek irtifa kamp merkezi olacağı ngrlmştır.

ren (2018), spor turizmi aracılığıyla sürdürülebilir destinasyon geliştirilmesini araştırdığı çalışmasında Uşak’taki hava sporları turizmi potansiyelini ortaya koymaya çalışmıştır. Araştırmada hem literatürdeki verilerden yararlanılmış hem de 333 kişiye anket uygulanmıştır. Verilere frekans analizi, KMO ve Bartlett analizleri uygulanmıştır. Araştırmada

Uşak'ın hava sporları turizminde potansiyelinin olduğu sonucuna varılmıştır. Öte yandan, Uşak'a yönelik işlevsel bir turizm modeli olmadığı, sürdürülebilir destinasyon geliştirilmesi için öncelikle bir turizm modeli oluşturulmasına gerek duyulduğu tespit edilmiştir.

Öncel (2018), uluslararası spor organizasyonlarının sosyo-ekonomik etkilerini araştırmıştır. Araştırma kapsamında, 2012 Londra Olimpiyat Oyunları'ndan elde edilen bilgiler ışığında Türkiye'nin durumu değerlendirilmiş ve öneriler sunulmuştur. Araştırmada, 2016 Rio Olimpiyat Oyunları'ndan önceki 5 Olimpiyat Oyunları'nın kar ile sonuçlandığı, bu yüzden iyi bir planlama ile bu tarz bir organizasyonun hem ülke imajına hem de ekonomisine büyük katkısı olacağı, Türkiye'nin de, ev sahibi olması halinde bu tarz faydalar sağlamak için başta altyapı yatırımları olmak üzere tüm yatırımların dikkatlice planlanması gerektiği ifade edilmiştir.

Yfantiou, Nikou ve Matsouka (2018), kış turizmi için Yunanistan'ı tercih eden turistlerin davranışlarını ve beklentilerini araştırmışlardır. Araştırmanın verilerini oluşturması amacıyla 247 kişiye anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, güvenilirlik analizi, t-testi ve ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Anketlerin analizlerinin sonucunda, kış turizminin genel olarak memnuniyet hissi uyandırdığı, fiziksel ve psikolojik rahatlama sağladığı bulunmuştur. Bu fiziksel ve psikolojik rahatlama kayak ve snowboard gibi kış sporları aktivitelerinin önemi olduğunda aktarılmıştır.

Hinch ve Ito (2018) tarafından önümüzdeki yıllarda çeşitli uluslararası mega spor etkinliklerine ev sahipliği yapacak Japonya'nın spor turizminde sürdürülebilirliği sağlaması için spor turizminin çeşitli boyutlarının ele alındığı bir çalışma yapılmıştır. Araştırmada, literatürdeki kaynaklardan faydalanılmıştır. Konuyla ilgili çalışmaların olduğu ancak artırılması gerektiği önerilmiştir. Ayrıca, bu konu hakkındaki araştırmaların, hem önümüzdeki yıllarda çok sayıda uluslararası spor organizasyonuna ev sahipliği yapacak olan Japonya'nın hem de küresel ölçekte tüm ülkelerin sürdürülebilir spor turizmi gelişimi konusunda önemli bir kaynağı olacağı belirtilmiştir.

Naghbi, Hakakzadeh ve Razahgi (2018), spor turizminin turizm sektöründeki önemini vurgulayarak İran'ın spor turizmi potansiyelini SWOT analizi ile incelenmişlerdir. Araştırmanın 10 kişilik örnekleme, kartopu örneklem belirleme yöntemiyle oluşturulmuş, katılımcılara anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda İran'ın spor turizminde öne çıkan başlıca güçlü yanlar; yerel mutfak çeşitliliği ve özel sektör olurken, kongre ve workshoplar ise en önemli eksiklikler olarak saptanmıştır. Bununla birlikte, iklim çeşitliliği ve gelişmekte olan ekonomi dikkat çeken fırsatlar olurken, kültürel ve dinsel farklılıklar tehdit olarak belirlenmiştir.

Yapılan literatür taraması sonucunda, araştırmaların spor turizminin teorik çerçevesi, mega spor etkinliklerinin etkileri, bölgesel spor turizm potansiyeli, spor turizmi stratejileri, spor ve spor turizmi ekonomisi üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırma verilerinin, genellikle literatür taraması, gözlem ve mülakat aracılığıyla toplandığı görülmektedir. Literatürden elde

edilen bulgular, alternatif turizm türleri içerisinde spor turizminin önemini ortaya koymaktadır. Literatür taramasında Mersin ili özelindeki çalışmalara baktığımızda ise, araştırmaların Akdeniz Oyunları ile sınırlı kaldığı görülmektedir. Araştırmalar, organizasyondan beklentiler ve organizasyonun etkileri üzerine yoğunlaşmıştır. Bu bağlamda, yapılacak olan araştırmanın, Mersin'in spor turizmi potansiyelini ortaya koyacak olmasından dolayı, literatürdeki bu eksikliği gidermesi bağlamında önemli olduğu düşünülmektedir.



4. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın veri ve yönteminden bahsedilmektedir. Bu bağlamda, araştırma problemi, amacı ve kapsamı, önemi, araştırma soruları, rneklemi, veri kaynakları, analiz yöntemi ve sınırlılıkları hakkında bilgiler sunulmaktadır.

4.1. Araştırma Problemi

Günümüzde turistler klasik tatil anlayışından uzaklaşmaya başlamıştır. Turistler için tatil sresinde çeşitli sportif aktivitelerde bulunmak, doğayı keşfetmek ve yerel lezzetleri tatmak, otelden çıkılmadan yapılan bir tatile göre daha cazip gelmeye başlamıştır. Bu eğilim, alternatif turizm türlerinin önemini arttırmıştır. Spor turizmi, alternatif turizm türleri arasında son yıllarda en hızla gelişen turizm türlerinden birisi olarak dikkat çekmektedir. İnsanlar, spor yapmak, spor mücadelelerini izlemek veya spor ile alakalı turistik çekiciliği olan yerleri ziyaret etmektedir. Özellikle profesyonel sporcuların oluşturduğu spor turizmi faaliyetleri büyük kafileler şeklinde ve uzun süreli konaklamalar halinde olduğu için ülkenin turizm ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır.

Mersin'in turizm potansiyeline sahip illerden biri olduğu ancak bu potansiyelin yeterince kullanılmadığı gerek akademik çalışmalarda gerekse resmi istatistiklerde aktarılmaktadır. Bu durumun nedenleri arasında tesis ve yatak kapasitesinin yetersizliği, havalimanı, Mersin-Antalya yolu ve Tarsus-Kazanlı Turizm Bölgesi projelerinin bitirilmemesi, paydaşların yeterli ilgiyi göstermemesi ve kaynak yetersizliği olarak gösterilmektedir (www.turizm gazetesi.com). 2013 yılında Akdeniz Oyunları için Mersin'e yapılan tesisler, şehrin iklimi ve doğal güzellikleri düşünüldüğünde şehirde spor turizminde markalaşmaya yönelik çalışmalar yapılması en mantıklı seçenek olarak görülmektedir. Spor turizminin küresel ve ulusal ölçekte hızlı gelişimi düşünüldüğünde, tüm paydaşların dahil olduğu planlamalarla spor turizminin Mersin ve Türkiye turizmine önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Mersin turizmindeki sorunlar, var olan spor turizmi potansiyeli ve tarafımızca herhangi bir araştırmaya rastlanmamış olması bu araştırmanın yapılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

4.2. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu tez çalışmasının amacı, Mersin' in spor turizmi konusundaki güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerini belirlemek, ilin spor turizmi potansiyelini ortaya koymak ve bu potansiyelden daha fazla katkı sağlanması için stratejiler geliştirmektir. Tezin teorik ve araştırma olmak üzere iki kapsamı bulunmaktadır. Araştırmanın amacına uygun literatürdeki

makale,tez, rapor ve resmi istatistik verileri tezin teorik kapsamını oluşturmaktadır. Araştırma kapsamını ise, hazırlanan görüşme formundan hareketle yapılan mülakatlardaki paydaşlar oluşturmaktadır.

4.3. Araştırmanın nemi

Araştırmanın, literatür ve uygulama açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Mersin'in spor turizmi potansiyeli üzerine yapılan herhangi bir araştırma olmaması, spor turizmi ile alakalı çalışmaların daha çok 2013 Akdeniz Oyunları ile sınırlı kalması, araştırmanın literatürdeki eksikliği gidermesi bağlamında önemini göstermektedir. Ayrıca, araştırmanın sektördeki profesyonellere ve Mersin ili yöneticilerine, Mersin ilinin spor turizmi çekiciliklerinin neler olduğu, spor turizminin Mersin turizmi için önemi ve Mersin'in spor turizmi konusunda güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri hakkında bilgiler verip öneriler getirebilecek olması, araştırmanın uygulama açısından önemini ortaya koymaktadır.

4.4. Araştırma Soruları

Bu tez çalışması, belirlenen amaçlar doğrultusunda aşağıda belirtilen araştırma sorularına cevap bulmayı hedeflemektedir;

1. Mersin, spor turizmi potansiyeline sahip midir?
2. Mersin'de hangi spor turizm türleri ne çıkmaktadır?
3. Mersin'in spor turizmi konusunda güçlü yönleri nelerdir?
4. Mersin'in spor turizmi konusunda zayıf yönleri nelerdir?
5. Mersin'in spor turizmi konusunda gelecekteki fırsatları nelerdir?
6. Mersin'in spor turizmi konusunda gelecekteki tehditleri nelerdir?
7. Mersin'in spor turizmi bağlamında güçlü yanları ve gelecekteki fırsatlarını değerlendirebilmesi için hangi stratejiler geliştirilmelidir?
8. Mersin'in spor turizmi bağlamında zayıf yanlarını güçlendirmek ve gelecekteki tehditleri önlemek için hangi stratejiler geliştirilmelidir?
9. Araştırma kapsamında Mersin ilinde bulunan paydaşların, spor turizmine bakış açıları nedir?

4.5. Örneklem

Araştırmanın örneklemini belirtmeden önce evren ve örneklem kavramlarının tanımlanması gerekmektedir. Evren, araştırma sonuçlarının genelleneceği küme olarak

tanımlanmaktadır. Örneklem ise, evreni temsil niteliğine sahip, evren içerisinde seçilen kişilerin oluşturduğu alt kümedir (Coşkun, Altunışık, Baraktaroğlu ve Yıldırım, 2015: 132-133). Araştırmanın evrenini Mersin’de spor turizmi ile alakalı tüm paydaşlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemi ise Mersin ve spor turizmi ile bağlantısı olan, araştırmanın amacına yönelik fikir yürütebilecek kişi ve kurumlar oluşturmaktadır. Araştırma sürecinde örnekleme meydana getiren kişi ve kurumlar Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Araştırmanın Örneklemi Oluşturan Kişi ve Kurumlar

PAYDAŞLAR	KATILIMCI SAYISI
Seyahat Acentaları	3
Akademisyenler	8
Antrenörler	3
Belediyeler	3
Mersin Deniz Ticaret Odası	1
Gençlik Spor İl Müdürlüğü	4
İl Kültür Turizm Müdürlüğü	1
Turizm Meslek Liseleri	1
Medya Mensupları	4
Mersin Turizm Fakültesi Mezunları ve Mensupları Derneği (METİOD)	1
Mersin Turizm İşletmecileri Derneği (MERTİD)	1
Mersin Ticaret ve Sanayi Odası	1
Oteller	5
Öğrenciler	2
Spor Federasyonları	1
Spor Kulüpleri	1
Toplam	40

4.6. Veri Kaynakları

Araştırmanın veri kaynakları ikiye ayrılmaktadır. Araştırmanın teorik kısmında, konuya ilişkin literatürdeki çalışmalardan ve resmi istatistiklerden faydalanılmıştır.

Analiz bölümünde, nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılarak gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen verilerden faydalanılmıştır. Görüşme, araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış olan soruları, görüşüne ihtiyaç duyulan kişilere sorarak konu hakkında bilgi toplamayı sağlayan yöntemdir (Ural ve Kılıç, 2013: 63). Görüşme yöntemi, konunun detaylarına inme imkânı vermesi, ankete göre daha açıklayıcı ve güvenilir olması nedeniyle tercih edilen bir veri toplama yöntemidir. Ancak, maliyet fazlalığı, görüşme yapılacak kişilere ulaşmanın zor olabilmesi, cevap verirken objektif olunmaması riski ve verilerin analizinin zor olması görüşme yönteminin zayıf yönleri olarak gösterilmektedir.

(Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015: 96). Bu araştırmada, görüşme yapılan kişilere araştırmanın amacına yönelik olarak dokuz adet açık uçlu soru sorulmuştur. Sorular, araştırma sorularından da faydalanılarak, araştırma sonuçlarına yanıt bulunabilecek şekilde hazırlanmıştır. Sorular hazırlandıktan sonra, üç akademisyen üzerinde soruların anlaşılabilirliği ile alakalı öntest yapılmıştır. Sorular Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Görüşme Formunda Sorulan Sorular

1.	Spor turizmi size ne ifade etmektedir?
2.	Size göre Mersin spor turizmi potansiyeline sahip midir?
3.	Size göre Mersin’de hangi spor turizmi türleri öne çıkmaktadır ve çıkarılmalıdır?
4.	Size göre Mersin’in spor turizmi konusunda güçlü yönleri nelerdir?
5.	Size göre Mersin’in spor turizmi konusunda zayıf yönleri nelerdir?
6.	Size göre Mersin’in spor turizmi konusunda fırsatları nelerdir?
7.	Size göre Mersin’in spor turizmi konusunda tehditleri nelerdir?
8.	Mersin’de spor turizmi konusunda yatırımlar yapılmasını destekliyor musunuz?
9.	Size göre Mersin’de spor turizminin daha fazla geliştirilmesi için neler yapılmalıdır?

4.7. Analiz Yöntemi

Analiz yöntemi, verilerin bulgulara nasıl dönüştürüleceğinin belirlenmesidir. Analiz yöntemi belirlenirken, araştırmanın amacına en uygun yöntem tercih edilmelidir. Bu araştırmada, veriler içerik analizi ve SWOT analizi kullanılarak incelenmiştir. İçerik analizi, dokümanların, mülakat dökümlerinin ya da kayıtlarının karakterize edilmesi ve karşılaştırılması için kullanılan bir tekniktir. Amaç, katılımcılardan elde edilen verileri sistematik biçimde tanımlamaktır. Bu kapsamda, araştırma kapsamında gerçekleştirilen 40 görüşmeden elde edilen veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015: 324).

Verilerin analizinin ikinci aşamasında, SWOT analizi yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen bulgulardan hareketle, Mersin’in spor turizmi SWOT analizi oluşturulmuştur. SWOT kelimesi, İngilizce strengths (güçlü yönler), weaknesses (zayıf yönler), opportunities (fırsatlar) ve threats (tehditler) kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır. Literatürde, SWOT analiziyle ilgili çeşitli tanımlar bulunmaktadır. SWOT analiz tekniği bir firmanın, sektörün, yatırımın, ülkenin veya coğrafi bölgenin kendi bireysel özelliklerinden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönleri ile geleceğe yönelik olarak kontrol edilebilen veya edilemeyen çevre faktörlerinden kaynaklanan fırsat ve tehditlerin saptanmasını amaçlayan bir tekniktir (Karadeniz, Kandır ve Önal, 2007: 196). Bir diğer tanıma göre, SWOT analizi; bir sektörün, bir faaliyetin, bir firmanın güçlü-zayıf yönlerini belirleme ve dış çevreden kaynaklanan fırsat-tehditleri saptama tekniğidir (Ongun,

Gövdere ve iek, 2016: 84). Bu tanımlardan hareketle, SWOT analizi, araştırılan konunun o an sahip olduğu güçlü ve zayıf yönlerini, gelecekte ortaya çıkabilecek fırsat ve tehditlerini ortaya koyup, buradan elde edilen bilgilerle kısa ve uzun vadeli stratejiler yapılmasını sağlayan yöntem olarak tanımlanabilir. Stratejiler tek çatı altında toplanabileceği gibi, SWOT matrisinin parçalarının dört farklı biçimde kombinlenmesiyle ayrıntılı olarak da oluşturulabilir. Karadeniz, Kandır ve nal (2007) bu stratejileri şu şekilde açıklamışlardır:

- WT (mini-mini) Stratejisi: Zayıflıkları ve tehditleri minimize edecek şekilde geliştirilen stratejidir.
- WO (mini-maxi) Stratejisi: Fırsatlar aracılığıyla zayıflıkları minimize edecek şekilde geliştirilen stratejidir.
- ST (maxi-mini) Stratejisi: Güçlü yönlerden maksimum derecede faydalanıp, bu sayede tehditleri minimize edecek şekilde geliştirilen stratejidir.
- SO (maxi-maxi) Stratejisi: Hem güçlü yönleri hem de fırsatları maksimize edecek şekilde gerekleştilen stratejilerdir.

SWOT analizinin birçok avantajı ve dezavantajı bulunmaktadır. Bu analiz yönteminin en önemli avantajı, mevcut sorunlara karşı genel bir bakış açısı sunmasıdır. Oluşturulan bu bakış açısı sayesinde, zayıf yönler ve tehditleri ortadan kaldıracak veya minimize eden geleceğe yönelik planlamalar yapmak kolaylaşmaktadır. Bir diğer avantaj, SWOT analizinin grup çalışmasında grupların etkinliğini arttırmasıdır. SWOT analizi, en yaygın kullanılan stratejik yönetim tekniklerinden biri olmasına rağmen, bazı dezavantajları da barındırmaktadır. SWOT analizinin kaliteli olup olmadığı sorunu bunlardan biridir. SWOT analizi kapsamında matriste birçok maddenin yer almasının matrisin kaliteli olduğu anlamına gelmediği düşünülmektedir. Ayrıca sistemin yapısındaki alt ve üst sistem değişiklikleri, SWOT'un geçerliliğini ve rekabet gücünü etkilemektedir. Bazı durumlarda güçlü bir yanın zayıf yan olarak da değerlendirilebilmesi SWOT'un bir diğer dezavantajıdır (Gürel ve Tat, 2017: 1003-1004).

SWOT analizi, turizm sektöründeki araştırmalarda sıklıkla tercih edilmektedir. Özellikle, turizmde mevcut durum değerlendirmesi, sahip olunan potansiyel ve geleceğe yönelik planlamaları konu edinen çalışmalarda SWOT tekniğine rastlamak mümkündür. Örneğin, Karadeniz, Kandır ve nal (2007), Türk turizm yatırımlarının değerlendirilmesini, Ongun, Gövdere ve iek (2016), Yeşilova' nın kırsal turizm potansiyelini, Birdir, Karakan ve olak (2015), Gaziantep turizminin geliştirilmesini, Naghibi, Hakakzadeh ve Razahgi (2018), İran spor turizmini, Ercan, Dalgın ve Atak (2017), Muğla' nın Ortaca ilçesinin kırsal turizm potansiyelini araştırırken SWOT analizinden faydalanmışlardır.

4.8. Sınırlılıklar

Yapılan her araştırma içerisinde birtakım sınırlılıkları barındırır. Bu tez çalışmasının ilk sınırlılığı, araştırmanın sonuçlarının Mersin iliyle sınırlı olmasıdır. Sonuçlar, hedef aldığı amaçlar ve kapsam itibarıyla Mersin ili dışında herhangi bir genelleme yapma imkânı sunmamaktadır. Görüşmelerden elde edilen verilerin araştırmanın örneklemini oluşturan kişilerin cevapları ile sınırlı olması da bir başka sınırlılıktır. Örneklem daha farklı kişilerden oluşturulursa, ortaya farklı fikirler çıkabilir. Araştırmanın üçüncü sınırlılığı ise süre ile alakalıdır. Görüşmelerden elde edilen veriler, Ocak 2019 ve Şubat 2019 süresince yapılan görüşmelerde elde edilen görüşlerle sınırlıdır. Katılımcıların görüşleri zamana göre değişiklik gösterebilmektedir.

Kavramsal boyuta yönelik ifadeler incelendiğinde, literatdeki yapılış amacına göre spor turizmi türlerine yönelik ifadelerin öne çıktığı görülmektedir. *“Spor yapmak amacıyla seyahat etmek”* ifadesi (aktif spor turizmi) 11, *“spor etkinliklerine katılmak amacıyla seyahat etmek”* (pasif spor turizmi) 10, *“turistik çekiciliği olan spor alanlarını ziyaret etmek amacıyla seyahat etmek”* (nostalji spor turizmi) 1 katılımcı tarafından ifade edilmiştir. Bu bilgilerden hareketle, yapılış amacına göre spor turizmi türlerinden aktif spor turizminin ve etkinliğe dayalı spor turizminin arasında frekans açısından küçük bir fark olduğu, nostalji spor turizmine yönelik bilinirliğin ise çok düşük seviyede kaldığı gözlemlenmiştir. Bu ifadelerin haricinde, *“spor amacıyla gelen turistlerin ağırlanması”* 4 kez, *“spor ve turizmin birleşmesi”* ifadesi 1 kez kullanılmıştır.

Ekonomik boyuta yönelik ifadeler temasına bakıldığında, 13 kez tekrar eden *“ekonomik katkı”* ve 9 kez tekrar eden *“diğer sektörlere fayda sağlaması”* ifadeleri öne çıkmaktadır. Bu iki kod, diğer kodlardan büyük farkla ayrılmıştır. Spor turizminin ülke ekonomilerine katkıları çok büyük boyutlara ulaşmıştır. Bu ekonomik katkıda doğrudan ekonomik katkı kadar dolaylı ekonomik katkı da önemlidir. Konuyla ilgili, bir akademisyen (K20) görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

“...ben özellikle etkinlik üzerinde çok duruyorum. Özellikle etkinlik belli bir dönemde, etkinliğin byklğu ve hacmiyle de alakalı olarak, büyük bir ekonomik getirisi var. Özellikle, işte bundan çok güzel faydalananlar var. Mesela, Fransa’nın meşhur bisiklet etkinliği. Geçtiği güzergahlar falan o kadar önemli ki, o kadar çok böyle konuşuluyo ki, herkes oralarda yerleşip işte bi şeyler satmak, ne biliyim dünyanın bütün gözü orda. Yine işte, Amerika’nın herhalde, en fazla ikinci üçüncü sırada olması lazım, spor turizminden, spor endüstrisinden gelirler elde ediyor. şöyle bir şey var, yani, spor endüstrisi deyince için içine başka şeyler de giriyor. İşte ekipmanlardı, kıyafetlerdi ne biliyim için doktoru var, antrenörü var. Yani bi ekip işi”.

Sosyo-kültürel boyuta yönelik ifadelere bakıldığında, *“sosyo kültürel gelişim”* ve *“spor kültürünün oluşması”* ifadeleri öne çıkmıştır. Özellikle, ulusal ve uluslararası spor organizasyonları, birçok bölgeden ve ülkeden insanı bir araya getirmesi sebebiyle sosyo-kültürel gelişime ve spor kültürünün oluşmasına katkı sağlamaktadır. Bir otel yöneticisi (K26), sosyo-kültürel boyutla alakalı düşüncelerini şu şekilde belirtmiştir: *“Ulusal ve uluslararası yapılan sporlarda, şehir dışından gelen veya ülke dışından gelen sporcular, kendi kültürlerini de getiriyorlar. Burdaki diğer kültürlerle birlikte zaten birleşiyorlar. Kültür aktarımı oluyor.”*

Diğer ifadeler teması incelendiğinde, *“tanıtım aracı olması”* ve *“antrenman kampları”* n plandaki ifadeler olarak dikkat çekmektedir. Bu iki ifade dışında kalan ifadeler, spor ve spor turizmi ile alakalı spesifik bilgiler vermesine rağmen frekans değerleri çok düşük seviyededir. Özellikle, *“Akdeniz Oyunları’nın Mersin’de yapılmış olması”* ve *“Mersin’deki uluslararası*

organizasyonların Akdeniz Oyunları'nın devamı niteliğinde olması'' kodları, Akdeniz Oyunları'nın şehrin spor turizmi açısından önemini vurgular niteliktedir.

5.2. "Size Göre Mersin İli Spor Turizmi Potansiyeline Sahip midir?" Sorusuna Yönelik Bulgular

Araştırmada, ikinci soru olarak, Mersin'in spor turizmi potansiyeline sahip olup olmadığı sorulmuştur. Görüşme yapılan katılımcıların tamamı Mersin'in spor turizmi potansiyeli olduğunu belirtmiştir. Daha ayrıntılı bir cevap alınması amacıyla, katılımcılardan bu potansiyeli yüksek, orta düzey ve düşük seçeneklerinden biriyle detaylandırmaları istenmiş ve analizler bu doğrultuda gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 14'te paylaşılmıştır.

Tablo 14. Katılımcıların Mersin İlinin Spor Turizm Potansiyeliyle İlgili İfadeleri

İFADELER	FREKANS	%
Yüksek potansiyele sahiptir	30	75%
Orta düzey potansiyele sahiptir	6	15%
Düşük potansiyele sahiptir	4	10%
Toplam	40	100%

Tablo 14 incelendiğinde, katılımcıların %75'inin Mersin 'in spor turizmi potansiyelinin yüksek olduğu yönünde görüş bildirdiği görülmektedir. K4 numaralı katılımcı (antrenör), bu yüksek potansiyeli şu şekilde aktarmıştır:

"Mersin çok önemli bir spor turizmi potansiyeline sahip. En önemli etkenlerden birisi de Mersin'in iklimi. Mersin'inn neredeyse 8-9 ay güneşli bir iklimi var. Bu da, tüm spor branşlarının birkaç tanesi hariç hepsinin ilgisinin çeken bir ortam. Yani Mersin'in çok büyük bir spor potansiyeli var ve 2013 Akdeniz Olimpiyatları'ndan sonra müthiş bir tesisleşme oldu şehirde. Her alanda, her branşta Türkiye'nin hibir noktasında olmayan spor tesisleri var. O yüzden Mersin spor turizmine çok elverişli. Hem iklimi ile hem tesisleriyle".

Katılımcılardan 6'sı, Mersin'in spor turizmi potansiyelini orta düzey olarak görmektedir. K7 numaralı akademisyen bu durumun nedenini şu şekilde açıklamıştır:

"Kapalı spor salonları, çocukların basket kursuna gitmeleri için bile yetmiyor. Çünkü, bizim oğlan basket kursuna gidiyor. Hocasından dinlediğim kadarıyla, bazı kulüpler çalışacak basket sahası, kapalı basket sahası bulmakta zorlanıyor. O yüzden, bir saha bulan o sahayı kolay kolay bırakmıyor. Bu anlamda, henüz yerele bile yetmiyor ama uluslararası karşılaşmaların yapılabilereği, nitelikli tesisleri var. Belki sayısal olarak yetersiz ama. O nedenle, orta düzeyde denebilir".

40 katılımcının %10'u ise Mersin'in spor turizmi potansiyelinin düşük olduğunu düşünmektedir. Bir otel yöneticisi (K21), düşük potansiyelin sebebini spor tesislerinin

yetersizliği olarak göstermiş ve şu şekilde açıklamıştır: *“On tane şurda kulüp gelse, antrenman yapacakları yer yok, zeminimiz yok. Dolayısıyla, sadece bir veya iki tane spor salonu kullanıp, dönüşümlü olarak ve izin alarak faydalanabiliyorlar. Bunun dışında bizim bi şeyimiz yok.”*

5.3. “Size Göre Mersin’de Hangi Spor Turizm Türleri ne çıkmaktadır ve çıkarılmalıdır?” Sorusununa Yönelik Bulgular

Araştırmanın nc sorusunda, branş bazında hangi spor turizmi türlerinin Mersin ilinde ön plana çıktığı ve hangilerinin ön plana çıkarılması gerektiği belirlenmeye çalışılmıştır. İki farklı durumun söz konusu olması sebebiyle, elde edilen bulgulardan iki farklı tablo oluşturulmuştur. Öncelikle Tablo 15’te Mersin’de öne çıkan spor turizmi türlerine yönelik bulgular paylaşılmıştır. Araştırmanın 3. sorusu kapsamında, branş bazında değerlendirme yapıldığı için herhangi bir tema oluşturulmamıştır.

Tablo 15. Katılımcılara Göre Mersin’de öne çıkan Spor Turizmi Türleri

İFADELER	FREKANS	%
Yüzme	13	8,90%
Bisiklet	12	8,22%
Basketbol	12	8,22%
Futbol	10	6,85%
Atletizm	9	6,16%
Tenis	9	6,16%
Maraton	7	4,79%
Atıcılık	7	4,79%
Jimnastik	7	4,79%
Tüm Sporlar	5	3,42%
Bocce	5	3,42%
Plaj Voleybolu	4	2,74%
Yelken	4	2,74%
Tüm Su Sporları	4	2,74%
Trekking	3	2,05%
Judo	3	2,05%
Bilgi yok	3	2,05%
Okçuluk	2	1,37%

Tablo 15. Devamı

Voleybol	2	1,37%
Kı Sporları	2	1,37%
Golf	2	1,37%
Kano	2	1,37%
G	2	1,37%
Kayak	2	1,37%
K	1	0,68%
Yat	1	0,68%
Karate	1	0,68%
Tekvando	1	0,68%
 S	1	0,68%
Yamaç Para	1	0,68%
Cross	1	0,68%
R	1	0,68%
Rafting	1	0,68%
Boks	1	0,68%
Buz Hokeyi	1	0,68%
Da	1	0,68%
Masa Tenisi	1	0,68%
Hentbol	1	0,68%
Eskrim	1	0,68%
Toplam	146	100,00%

Tablo 15 incelendiğinde, Mersin ilinde bisiklet, y, futbol, basketbol, atletizm ve tenis spor branlarının diğer spor branşlarına gre ne ıkt grlmektedir. ne çıkan branlardan bisiklet hariç hepsi, kaliteli spor tesisi altyapısı gerektirmektedir. 2013 Akdeniz Oyunları öncesinde bu branşlar için yapılan olimpik düzeydeki tesisler, bu branların ne çıkmasında büyük nem taşımaktadır. Bisiklet branı ise Tour of Mersin adlı uluslararası bisiklet turu organizasyonu ile ne çıkmaktadır. Bu branşlar haricinde, 4 katılımcı tüm su sporlarının ne ıkt ynde gr bildirmiştir. K5 numaralı katılımcının (antrenör) konu hakkındaki grleri ŗu ŗekildedir:

“Kesinlikle su sporları. İklimi nedeniyle su sporları. ŗyle söyleyeyim, diğer yerlerde her türlü sporu yapabiliyorsunuz ama en rahatı y sporu. Hem denizle çevrili olması, ufak ya gruplarında velilerin n planda. Mesela İç Anadolu Bölgesi’nde çocuklarının y renmesini isteyen çok fazla bir veli kitlesi bulamazsınız. Ama ymede bu sayı çok yksek.  veliler ufak yaşta çocuklarının o eğitimi almasını istiyorlar.  deniz bölgesindeyiz. İklimde, diğer havuzlarda, diğer yerlerde, İç Anadolu Bölgesi’nde veya kuzeyde diyelim, batıda, doğuda bir

Tablo 16. Devamı

Güreş	2	1,38%
Dağcılık	2	1,38%
Paralimpik Sporlar	1	0,69%
Paraşüt	1	0,69%
Yatçılık	1	0,69%
Kürek	1	0,69%
Karate	1	0,69%
Tekvando	1	0,69%
Tüm Bireysel Sporlar	1	0,69%
çurtma Srf	1	0,69%
Yamaç Paraşütü	1	0,69%
Trekking	1	0,69%
RzgarSrf	1	0,69%
Motor Sporları	1	0,69%
Triatlon	1	0,69%
Kano	1	0,69%
Boks	1	0,69%
Buz Hokeyi	1	0,69%
Masa Tenisi	1	0,69%
Hentbol	1	0,69%
Toplam	145	100,00%

Tablo 16 incelendiğinde, Mersin ilinde ne çıkarılması gereken spor türlerinin; futbol, yüzme, atletizm, tenis ve basketbol olduğu görülmektedir. Branş bazında bakıldığında, Mersin ilinde öne çıkan spor turizmi türleriyle, ne çıkarılması gereken spor turizmi türleri arasında büyük farklılıklar bulunmamaktadır. Yalnızca bisiklet branşı, ne çıkarılması gereken spor turizmi türlerinde, öne çıkan spor turizm türlerindeki kadar skor alamamasıyla dikkat çekmektedir. Analizler sonucunda çok sayıda branşın çıkmış olması, Mersin'in birçok spor turizmi türünde potansiyele sahip olduğunun bir göstergesidir.

5.4. "Size Göre Mersin'in Spor Turizmi Konusunda Güçlü Yönleri Nelerdir?" Sorusuna Yönelik Bulgular

Araştırmada katılımcılara dördüncü olarak, Mersin'in spor turizmi konusunda güçlü yönlerini tespit etmek amacıyla "Size Göre Mersin'in Spor Turizmi Konusunda Güçlü Yönleri Nelerdir?" sorusu sorulmuştur. Bu sorudan elde edilen bulgulardan ne çıkanları, sonuç ve

Tablo 17. Devamı

Okullarda Sporla İlgili Yapılan Düzenlemeler	1	0,73%
Oteller	1	0,73%
Geleneksel Spor Branşlarına Olan İlgisi	1	0,73%
Metropol Bir Şehir Olması	1	0,73%
Başarılı Sporcular Çıkarmış Olması	1	0,73%
Toplam	137	100,00%

Elde edilen bulgulardan hareketle, Mersin'in spor turizmi konusunda en güçlü yönünün iklim olduğu görülmektedir. 40 katılımcının 36'sı Mersin ilinin iklimini güçlü bir yön olarak vurgulamıştır. Özellikle açık hava sporları için iklim şartlarının müsait olması gerektiği düşünüldüğünde, Mersin'in ikliminin birçok branşın yılın büyük bölümünde gerçekleştirilebileceği şartlara sahip olduğu söylenebilir. Bir akademisyen (K33), iklim avantajıyla ilgili görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

“Muazzam bir iklimi var. Burda sekiz ay, dokuz ay yaz oluyo. Birçok spor kulübü için kamp olayına elverişli bi iklime sahip. Dolayısıyla, Türkiye’de birinci ligte, ikinci ligte, üçüncü ligte mücadele eden takımların, ara sezon dediğimiz sezonlarda gelip burda kamp yapmaları son derece olası. Mersin'in güçlü yanlarından bitanesi bu”.

İklimin ardından bir diğr güçlü yönün, Mersin'in spor tesisleri olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan 40 katılımcının 25'i Mersin ilindeki spor tesislerinin spor turizmi açısından güçlü bir yön olarak vurgulamıştır. Özellikle 2013 Akdeniz Oyunları öncesinde yapılan olimpiik düzeydeki yeni tesisler ve bakımı yapılan eski tesisler, Mersin'in kapalı alanlarda gerçekleştirilen spor aktivitelerinde ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bu görüşü, bir seyahat acentası yöneticisi (K38) şu sözlerle aktarmaktadır: *“Şu anda Avrupa standartlarında ve üzerinde spor tesislerimiz mevcut. Bu spor tesislerini kullanmak, Mersin'in spor turizmi potansiyeline çok büyük katkı sağlamakta.”*

Araştırmaya katılan paydaşlara göre Mersin'in spor turizmindeki en güçlü üçüncü yönü, şehrin spor turizmine uygun doğası olarak vurgulanmıştır. 40 katılımcının 15'i Mersin'in doğasını güçlü bir yön olarak göstermiştir. Ayrıca doğa açısından avantajın, iklim avantajını da beraberinde getirdiği, bulgular arasındadır. K6 numaralı katılımcı (antrenör) Mersin'in doğası hakkında şu sözleri söylemiştir:

“Mersin, coğrafi olarak hem deniz hem dağ yönünden oldukça şanslı bir şehir bence. İç Anadolu'ya gidiyorsunuz sadece kırsal kesim, Doğu Anadolu'ya gidiyorsunuz dağlar, kışısı yaşıyoruz. Ama Mersin'de yazısı ayrı kışısı ayrı yaşıyoruz. O yüzden de yazın farklı sporlara yönlendirilebilecekken sporcularımız, bu fırsatı bulabilecekken, kışın dediğim gibi, Toroslar'da çok güzel kayak zirveleri yapılabilir, kayak evleri yapılabilir ve bu şekilde değrlendirilebilir”.

Araştırmanın bulgularına göre Mersin'in spor turizmi konusundaki dördüncü güçlü yanı, halkın ilgisi olarak belirlenmiştir. Özellikle 16 Aralık 2018 tarihinde gerçekleştirilen 4. Uluslararası Mersin Maratonu'na halkın göstermiş olduğu yoğun ilgi, bunun bir göstergesidir. Bir belediye çalışanının (K31) konu hakkında dile getirdiği ifadeler, bu görüşü desteklemektedir:

"nemli spor organizasyonlarıyla tecrbelenmiş bi şehir. Yani insanlar artık bunu, ya yollar kapandığı zaman eski tepkileri gstermiyolar. Çünkü bu bir kültür meselesi. Spor kültürü de artık Mersin'de yavaş yavaş oluşmaya başladı. İşte bunlar Mersin'in aslında güçlü yanları. Yani spor kültürü oluşmuş bir şehir, doğru gidiyoruz. Tecdbeli bi şehir yani. Spor organizasyonlarına alışmış bi şehir".

5.5. "Size Göre Mersin'in Spor Turizmi Konusunda Zayıf Yönleri Nelerdir?" Sorusuna Yönelik Bulgular

Araştırmanın beşinci sorusu, Mersin'in spor turizmi konusundaki zayıf yönlerini tespit etmek amacıyla sorulmuştur. Tablo 18'de Mersin'in spor turizmi konusundaki zayıf yönleriyle alakalı bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 18. Katılımcılara Göre Mersin'in Spor Turizmi Konusundaki Zayıf Yönleri

İFADELER	FREKANS	%
Spor Turizmi Yatırımlarının Yetersizliği	24	23,76%
Ulaşım Olanaklarının Yetersiz Olması	16	15,84%
Yeterli Tanıtım Yapılmaması	11	10,89%
Devlet Desteğinin Yetersizliği	10	9,90%
Halkın Bilinsizliği	8	7,92%
İşletmelerin Profesyonel alışmaması	5	4,95%
Paydaş Birlikteliği Sağlanamaması	4	3,96%
Antalya'nın Spor Turizminde ok Gelişmiş Olması	3	2,97%
Spor Organizasyonu Düzenlenmemesi	2	1,98%
Turizmin Diğer Sektörlerin Arkasında Kalması	2	1,98%
Başarılı Sporcular ıkartamamak	1	0,99%
Spor Tesisi Kiralarının Yüksek Olması	1	0,99%
Mersin Takımlarının En st Liglerde Takımının Olmaması	1	0,99%
Kent Ekonomisinin Değer Kaybetmesi	1	0,99%
Vizyon Eksikliği	1	0,99%

Tablo 18. Devamı

Coğrafi Konum	1	0,99%
İklim	1	0,99%
Mega Spor Organizasyonları Odaklı Bakış Açısının Yetersizliği	1	0,99%
Antren Eksikliği	1	0,99%
Mersin Ekonomisinde celiğın Hangi Sekt Verileceğının Belirlenememesi	1	0,99%
Mersin Turizmine Bakış Açısının Deniz-Kum-G  Odaklı Olması	1	0,99%
Amat Branşlara İlgisizlik	1	0,99%
Bk Organizasyonların Alınamaması	1	0,99%
Adana Havalimanı'nın Küçük Olması	1	0,99%
Spor Kulplerinin Sponsor Bulamaması	1	0,99%
Turizm Bgesi Oluşturulmaması	1	0,99%
Toplam	101	100,00%

Tablo 18 incelendiğinde, Mersin'in spor turizmi konusundaki zayıf ynleri açısından spor turizmi yatırımlarının yetersizliği, frekans değeri en yk ifade olarak karşımıza çıkmaktadır. zellikle, spor turizmi konseptli otel eksikliği, bu ifade altında katılımcıların dikkat çektiğı konulardan biridir. Mersin İl Kltr ve Turizm Mdrlğ'nden bir yetkili (K9) bu konuya şu szlerle dikkat çekmiştir: *"Antalya' da otellerin yanında sahaları var. Bu altyapı Mersin' de tam yok. Mersin' de birçok bgede bu yapılacak. Bu ynde çalışıyoruz."*

Mersin'deki bir seyahat acentası yetkilisi (K10) ise, sorunun spor turizmi konseptli otel olmadığını, ancak otellerin kalitelerinin dşk ve sayılarının yetersiz olduğunu şu şekilde ifade etmiştir:

"Belek'teki çok extraordinary. Dnyada çok fazla örneğı olmadığı için. Hani otel açısından yer msaitmiş, adam arkasından bir shuttle gidebiliyor ama Belek'te de o ulaştığı shuttle'a Mersin havzasında, Mersin hinterlandında o okta bk bir sıkıntı teşkil etmiyor. Yani, atıyorum Mezitli'de kalan bir otelin üniversitedeki bir tesise ya da işte Yenişehir'deki bir tesise ulaşması ne kadar bir zaman srebilir. Dolayısıyla, bu bir handikap değil o noktalarda, ama konaklama tesislerinin aynı standartlarda çoğaltılması çok önemli. Ya bitane, ya bakıyosun Mersin'de bi tane beş yıldıız, iki tane beş yıldıız diye geıyo. Bence ikisi de drt yıldıız ama ikisi de birbirinin şeyini tamamlamıyor. Yani beş yıldıız oteli yok Mersin'in üst gruplar için. Ama ortalar bakıyorsun,  yıldıızlı de, evet 20-21 tane otel sayabilirim burda  yıldıız ismini. Ama hiçbiri  yıldıız değil. Öbürünün,  yıldıızın da eşitliğı yok. Yani birisi drt yıldıız gibi üç yıldıız, biri iki yıldıız gibi üç yıldıız, biri üç buçuk yıldıız gibi üç yıldıız, biri bir yıldıız gibi üç yıldıız almış şeyde. Anlatabiliyor muyum? Yani byle baktığımız zaman bu şeyi sağlayamıyoruz. Dolayısıyla bunlar da Mersin'in zayıf ynleri olarak sylenebilir".

Mersin'deki bir diğ er spor turizmi yatırımı eksikliği, spor tesisi ve antrenman sahalarının yetersiz oluşu olarak vurgulanmıştır. K7 kodlu akademisyen, bu durumu şu şekilde dile getirmiştir:

“Bir başka zayıflığı, yeterince spor turizmi için, özellikle takımların çalışması için, karşılaşmadan öte çalışması için yeterince spor tesisinin, antrenman sahasının olmaması bir başka zayıflık olarak düşünülebilir. Futbol bunun örneklerinden. Çünkü en çok para harcanan spor türü dünyada futbol. O nedenle, futbol takımlarının Mersin'e çekilmesi önemli ve bunun Mersin'e  ekilmeside her şeyden önce takımların antrenman yapabilecekleri sahalara ihtiyaç duymasını, sahaların olmasını zorunlu koşuyor”.

K33 kodlu akademisyen ise bu durumu şu şekilde dile getirmiştir:

“Mersin'in en zayıf yönü tesis eksiliği, yatırım eksikliği. Bugün Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü'ne bağlı olarak bir stadyum yapılmış olabilir, bir olimpik yüzme havuzu veya olimpik cimnastik salonu yapılmış olabilir ama bunlar çok yetersiz. Dünyadaki turizmin gelişimine baktığımız zaman, Mersin bu konuda, tesisleşme konusunda çok zayıf kalıyor. Yeterli yatırımı aldığını söylemek pek mümkün değil”.

Araştırmada, spor turizmi yatırımlarının yetersizliğinin ardından Mersin'in spor turizmindeki en zayıf ikinci yn, ulaşım olanaklarının yetersizliği olarak vurgulanmıştır. Mersin'in kendisine ait bir havaalanının olmaması bu konudaki en büyük handikap olarak gösterilmiştir. Gençlik Hizmetleri ve Spor İl Müdürlüğü'nden bir yetkili (K36) bu soruna dikkat çekmiştir:

“Yani bize en yakın havaalanı biliyosunuz Adana'da. Tabii direk uçuşların olabileceği ilimize ait bi havaalanının olması, kesinlikle bunu yarı yarıya etkileyeceğini düşünüyorum. Yani spor turizmini. Umarız, onda herhalde yakın bi zamanda böyle bi planlama var ilimizde. Hatta Yenice bölgesinde böyle bi havaalanı planlaması, hatta inşaatı da devam ediyor”.

Araştırmada, katılımcılara göre Mersin'in spor turizmindeki üçüncü zayıf yönü, yeterli tanıtım yapılmaması olarak vurgulanmıştır. Bir akademisyen (K15) ve bir otel yöneticisi (K40), tanıtım yetersizliğiyle alakalı, ulusal ve uluslararası alanda Mersin'in zayıf temsil edildiğini şu şekilde vurgulamıştır:

K15: “Yani, spor turizmi anlamında Mersin'in iyi temsil edilemediğini, iyi pazarlanamadığını ya da iyi tanıtılamadığını düşünüyorum. Çünkü bunlarla ilgili yok. Bu tür aktivitelerin, tekrar söylüyorum, şehirlere, bölgelere alınabilmesi için güçlü bir iradenin, bölgesel iradenin, il idaresinin olması gerekiyor ve burdaki insanların uğraşması gerekiyor”.

K40: “Zayıf yönleri, daha çok ciddi bi çalışma ekibiyle, daha güçlü bi spor il müdürlüğü ekibi kurarak, bakanlığın desteğini alarak, gidip tüm kapıları  alabilecek bi ekibin oluşması gerekiyo. Bana göre Mersin bu anlamda çok sahipsiz kaldı. Bütün sektörlerde ve bütün konularda bi türlü kabuğunu aşıp, turizm konusunda ve farklı yönlerde kendini yeterince

tanıtamadığını ve bu tür sportif faaliyetlerde ve farklı organizasyonlarda çok başarılı olamadığını düşünüyorum”.

Devlet desteğinin yetersizliğı ise Mersin’in spor turizmi konusundaki dördüncü en zayıf yönü olarak saptanmıştır. Bir belediye yetkilisi (K29) bu durumu şöyle ifade etmektedir:

“Dediğim gibi, turizm desteğı almadığı için, ülkeye zaten turist girişi diğeri, mesela Antalya gibi değıl Mersin, turizm desteğı almadığı için. O yönden de bi spor aktivitesi yaptığınızda insanlar Mersin’i tercih etmiyor. Mesela, Antalya’da üç haftada bir bisiklet turu oluyorken, Mersin’de senede iki defa oluyor ya da senede üç defa olabiliyor”.

Araştırmada dikkat çeken bulgulardan biri, güçlü yönlerde dördüncü sırada (7 frekans değeri) yer alan halkın ilgisinin, halkın bilinsizliğı olarak zayıf yönlerde beşinci sırada (8 frekans değeri) yer almasıdır. Bu durum, konu hakkında net bir görüş olmadığının göstergesidir. Halkın bilincinin zayıf yön olarak gösterilmesiyle ilgili bir akademisyenin (K14) görüşleri şnlarıdır:

“şöyle syliyorum mesela, daha böyle, eğıtim seviyesi yüksek ya da gelir durumu yüksek bireyler çocuklarına sadece çocukluk çağında, fiziksel gelişim için bazı sporlara yönlendiriyor ama aynı aile çocuklarının profesyonel spor yapmalarını istemiyorlar yani. Bu anlamda bi spor bilincinin olmaması en önemli zayıf yn”.

5.6. “Size Göre Mersin’in Spor Turizmi Konusunda Fırsatları Nelerdir?” Sorusuna Yönelik Bulgular

Araştırmanın beşinci sorusunun amacı, yapılan analizler sonucunda Mersin’in spor turizmi konusundaki fırsatlarını ortaya koymaktır. Tablo 19’da analiz sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcılara Göre Mersin’in Spor Turizmi Konusundaki Fırsatları

İFADELER	FREKANS	%
Spor Organizasyonlarının Sayısının Arttırılması	11	13,92%
Ulaşım İmkanlarının Geliştirilmesi	10	12,66%
Tanıtların Arttırılması	4	3,80%
Otel Sayısının Arttırılması	4	5,06%
Spor Turizmi Master Planının Hazırlanması	2	2,53%
Hkmet Desteğı Görmesi	2	2,53%
Spor Turizminin Türkiye’de Gelişime Açık Olması	2	2,53%
Paydaşların Birlikte alışması	2	2,53%

tarihi bir Şehir, iŐte Kzkalesi vesair, vesair, vesair. Bu tanlrlk, sporda, uluslararası sporda tanlrlk ĉok ciddi bir katkıdır. Yani, uluslararası sporcuların sizin düzenlemiŐ olduğunuz organizasyonlara katılımı sizi bilmelerinden geçiyor birazda. Sonra, sahip olduğu kaynaklarla da bu sporcuların burda organizasyonu güçlü bi Şekilde bitirip memnun ayrlmalarını da olanak sağlıyor”.

Araştırmada otel sayısının arttırılması, Mersin için bir diğer fırsat olarak katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Spor turizminin geliŐtirilmesinde, otel sayısının arttırılması tek baŐına yeterli değildir. Yapılacak oteller, spor turizmine hizmet edebilecek kalitede ve konseptte yapılmalıdır. K33 kodlu akademisyen bu konuda Şu ifadeleri dile getirmiştir: *“Biraz daha burası konaklama imkanlarını arttırabilirse, konaklama yapılacak konaklama tesislerinde birtakım sportif kamp yapabilecek alanların da tesisleŐmesine imkan verebilirse yüksek bir turizm potansiyeline sahip olacağı yönünde inancım var.”*

5.7. “Size Göre Mersin İlininSpor Turizmi Konusunda Tehditleri Nelerdir?” Sorusuna Yönelik Bulgular

Araştırmanın yedinci sorusu, Mersin’in spor turizmi konusunda gelecekte ortaya çıkabilecek tehditlerini ortaya koymaya çalışmaktadır. Tablo 20’de analizler sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 20. Katılımcılara Göre Mersin’in Spor Turizmi Konusundaki Tehditleri

İFADELER	FREKANS	%
Jeopolitik Konum	15	18,29%
Tehdit Yok	9	10,98%
Tesislerin Atıl Kalma Riski	6	7,32%
Ekonomik Durgunluk	4	4,88%
Halkın Bilinlendirilmemesi	4	4,88%
Paydaşların Birlikte çalıŐmaması	4	4,88%
arpık Kentleşme	4	4,88%
Ulaşım İmkanlarının GeliŐtirilmemesi	4	4,88%
Stratejik Bir Plan Hazırlanmaması	3	3,66%
Organizasyon Düzenlenmemesi	3	3,66%
lke Ekonomisinin Marmara Bölgesi’nde Yoğunlaşması	2	2,44%
Siyasi Görüş Ayrlıkları	2	2,44%
evre İllerin Spor Turizminde Gelişmesi	2	2,44%
Tarsus-Kazanlı Turizm Projesi’nin Bitirilmemesi	2	2,44%

bizim tehdit Őeyimiz yok. Bizim güçlü yanımız var. Yani, yapılan her bir yeni tesis, mesela Antalya yaşlanıyor yavaş yavaş ama biz daha genç bir turizm potansiyeline sahibiz. Yeni yeni turizmimiz gelişiyor. Spor turizmimizde ona göre gelişecektir.

K23: “Yok. Alınan nlemler olsun, Őey olsun. İçinden biri olduğum için ve çok yakinen takip ettiğim için biliyorum. Diğer kentlerde ne oluyorsa ondan daha az oluyordur Mersin’de. Bu kadar g almasına rağmen, kozmopolit yapısı olmasına rağmen, farklı sosyal görüşlere rağmen, kültürel zenginliği de insan ilişkileri de bu kente bir sosyal bir barış kenti olarak, hoşgörü kenti olarak adlandırılıyor. İşte rneği de çok, bu mezarlığa gidip görebilirsiniz. Hepsisi, hıristiyanı, musevisi, müslümanı bir arada”.

Mersin, spor tesisi altyapısı açısından da çok gelişmiş bir şehirdir. Tesislerin varlığı kadar önemli olan bir diğer konu, bu tesislerin aktif olarak kullanılıp atıl kalmasının önlenmesidir. Araştırmanın sonuçlarına göre, tesislerin atıl kalma riski, en büyük üçüncü tehdit olarak gösterilmiştir. K25 kodlu medya mensubunun bu konudaki görüşleri şu biçimde ifade edilmiştir:

“Aslında biok Őeyle ilgili bu, tek bir cevabı yok ama ben en çok kaynakların doğru kullanılmamasının bize zarar vereceğini düşünüyorum. İşte tesisler var. Bu tesisleri efektif olarak kullanmadığınızda, on yıl sonra işte az önce bahsi geçen bocce tesisinin bi anlamı kalmıyacak, belki kendi kaderine terk edilecek”.

Bir şehrin aşırı büyümesi, bölgede çarpık kentleşme sorununu beraberinde getirebilmektedir. Bu sorunun yaşanmaması için kent planlarının dikkatli hazırlanması gerekmektedir. Bugün, Mersin’e baktığımızda hızla büyüyen bir şehir ve çarpık kentleşme sorunu görülmektedir. Bu sorun, Mersin’in’spor turizmi konusundaki bir diğer tehdidi olarak ifade edilmiştir. K30 kodlu medya mensubunun bu konudaki fikirleri şunlardır:

Yani bizim sahil şeridimiz beton duvar çekilmiş halde bilmem nereye kadar. Yani gidiyosun, benim çocukluğumda, çok uzun süre Mezitli’yi geçtikten sonra sadece denizi görürdün. Nerdeyse denize paralel giderdin. Artık, Erdemli’yi geiyosun, onu geiyosun, eşmeli’yi bilmem neyi geiyosun hala duvar. Her yer site, her yer site, her yer site. Doğal gzelliklerimizi yitiriyoruz. Öyle bi sıkıntı var.

5.8. “Mersin’de Spor Turizmi Konusunda Yatırımlar Yapılmasını Destekliyor Musunuz?” Sorusuna Yönelik Bulgular

Araştırmanın sekizinci sorusu, katılımcıların Mersin’de spor turizmi yatırımı yapılmasını destekleyip desteklemediğini belirlemeye yöneliktir. Tablo 21’de bu sorunun analizinde elde edilen bulgular verilmektedir.

Tablo 21. Katılımcıların Gelecekte Spor turizmi Yatırımı Yapılmasına Verilen Destek Yönündeki İfadeleri

İFADELER	FREKANS	%
Destekliyorum	27	67,50%
Planlı Yatırımı Destekliyorum	13	32,50%
Toplam	40	100,00%

Tablo 21 incelendiğinde, katılımcılar tarafından Mersin ilinde spor turizmine yönelik yatırım yapılmasının desteklenmesine yönelik görüş bildirildiğı görülmektedir. Ancak, 40 katılımcıdan 13 planlı yatırımı destekliyorum demiştir. Bu durum, yatırımın desteklenmesinin koşula bağılı olduğunu göstermektedir. Akdeniz Oyunlarından istenilen verimin alınamamış olması, bazı spor tesislerinin atıl kalma riskiyle karşı karşıya olması bu endişeleri haklı çıkarmaktadır. Bir spor federasyonu yetkilisi (K28) ve bir akademisyen (K8) bu görüşün nedenlerini şu sözlerle ifade etmişlerdir:

K28: “Ben, yatırımın bir amaç için yapılmasını destekliyorum. Yani siz bir yer yapıp, dünyanın parasını devlet kasasından ıkarttırıp yapıp, ondan sonra on sene boyunca orayı bırakırsanız, bu ülkenin parasına yazık günah. Yatırım yapılmalı ama yatırım ne için yapılmalı? Yatırım karşılığında biz ne alıcaz? Yatırım karşılığında ne kazanacak Mersin? Bunların hepsinin belirlenmesi lazım. Ondan sonra yatırımın olması lazım”.

K8: “İstendikten sonra pek ala olabilir. Yani bu anlamda destekliyorum ama dağılık yapılacaksa bunları desteklemem. Çünkü dağılığın çok bir faydası olmuyor. Komplike bir tesiste, her şey elinin altında olacak. Sporcu, ulaşımı geldiğinde konakladığı yerden antrenman yapmak için çok uzaklara gitmek zorunda kalmayacak. Yoksa dağılık dağılık yerlerde var bunlar. Bulunabilecek şeyler”.

5.9. “Size Göre Mersin’de Spor Turizminin Daha Fazla Geliştirilmesi İçin Neler Yapılmalıdır?” Sorusuna Yönelik Bulgular

Araştırmanın son sorusunda, katılımcılardan Mersin’in spor turizmini geliştirecek hamlelerin neler olması gerektiğıyle ilgili fikirleri alınmaya çalışılmıştır. Tablo 22’de analiz sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 22. Katılımcıların Mersin’de Spor Turizminin Gelişimine Yönelik Yapılması Gereken Uygulamalar ile Alakalı İfadeleri

İFADELER	FREKANS	%
Otel Sayısı Arttırılmalı	22	13,10%
Tüm Paydaşlar Birlikte Çalışmalı	19	11,31%
Spor Turizmi Master Planı Hazırlanmalı	16	9,52%
Tanıtım Arttırılmalı	14	8,33%
Spor Organizasyonları Arttırılmalı	13	7,74%
Spor Tesisleri Arttırılmalı	12	7,14%
Ulaşım İmkanlarının Geliştirilmesi	10	5,95%
Sporcu Sayısı Arttırılmalı	9	5,36%
Halk Bilinçlendirilmeli	9	5,36%
Hkmet Desteği Sağlanmalı	6	3,57%
Tesislerin Atıl Kalması nlenmeli	5	2,98%
Ulusal Ve Uluslararası Kurumlarda İyi Temsil Edilmeli	4	2,38%
Oteller Uygun Fiyat Politikası Belirlemeli	4	2,38%
Profesyonel Kişilerle Çalışılmalı	4	2,38%
Hedef Pazar Belirlenmeli	3	1,79%
Daha Fazla Organizasyona Aday Olunmalı	2	1,19%
Spor Turistlerinin Diğer Turizm Türlerine Katılımı Sağlanmalı	2	1,19%
Spor Turizmi Platformu Kurulmalı	1	0,60%
Samimi Ve İradeli Çalışılmalı	1	0,60%
Paket Tur Programları Hazırlanmalı	1	0,60%
Mersin’de Turizm Sektörü Diğer Sektörler Kadar nemslenmeli	1	0,60%
Z Kuşaaının Bakış Açıısı Dikkate Alınmalı	1	0,60%
Teknik Altyapı Gçlendirilmeli	1	0,60%
Spor Organizasyonlarına Daha Fazla Sponsor Bulunmalı	1	0,60%
Spor Organizasyonları Sırasında Yerel Firmalardan Faydalanılmalı	1	0,60%
Mevcut Spor Organizasyonları Geliştirilmeli	1	0,60%
Karboğazı Kayak Merkezi Projesi’nin Bitirilmesi	1	0,60%
Tarsus-Kazanlı Turizm Projesi’nin Bitirilmesi	1	0,60%
Spor Turizmi zerine Daha Çok Akademik Araştırma Yapılmalı	1	0,60%
Mersin, Diğer Destinasyonlarla Kıyaslanmamalı	1	0,60%
Spor Turizmi, Mersin’in Turizmdeki nceliği Olmalı	1	0,60%
Toplam	168	100,00%

Elde edilen bulgulara göre, Mersin’de spor turizminin geliştirilmesi için yapılması gereken en önemli faaliyet, otel sayısının arttırılması olarak belirlenmiştir. Katılımcılar, spor turizminin kendine has konseptli oteller gerektirdiğine ve otel yatırımlarının bu hususa dikkat edilerek yapılması gerektiğine vurgu yapmışlardır. Bir antrenörün (K5), otel sayısının arttırılması hakkındaki görüşleri şöyledir:

“Spor turizmini yapabilmeniz için başta o konaklama ile beraber sportif sahayı da sunmanız gerekir. Yani insanlar otele ayrı spor sahasına ayrı para ödemezler. Kaldıkları otelde bir yüzme havuzunun olmasını, tenis kortunun olmasını, basketbol sahasının, kondisyon sahasının olmasını isterler. Bu olursa Mersin, Türkiye’nin gözdelelerinden biri olabilir”.

Araştırmanın dokuzuncu sorusunda en çok ifade edilen ikinci faktör, paydaşların birlikte çalışmasıdır. Spor turizminin gelişmesi için kamu ve özel sektörün birarada ve uyum içerisinde çalışması gerektiği vurgulanmıştır. Bir belediye yetkilisi (K11) konu hakkındaki görüşlerini şu sözlerle aktarmıştır:

Ekip alışması gerekiyor. Herkes elini taşın altına koyacak. Turizmci bununla ilgili bir konseptini oluşturacak. Bir paket program hazırlayacak, eğer turizmse olay. Paket programında kişi maratona katılmak istediğinde katılımcı olarak da yapacağı şeyleri internete girdiğinde görecek. Yapmak istediği şeyleri de ordan bulup seebileceek. Bunun dışında da, kişi sadece izlemeye geliyorsa, bununla ilgili de seçenekler sunucak”.

Katılımcılar tarafından spor turizmi master planı hazırlanması, Mersin’in spor turizmini geliştirici en önemli üçüncü madde olarak gösterilmiştir. K28 kodlu spor federasyonu yetkilisi konuyla ilgili şu ifadeleri dile getirmiştir:

“Yani, ilk önce bunu yapıp yapmayacağına karar vermeli. Yapılmaya karar veriyosan, zaten organizasyonlar almadan, zaten organizasyonları başlamadan önce fiziki altyapıları değiştirmen lazım. Bi kere otel sayısının çok ciddi şekilde artması lazım. Havaalanının olması lazım. Bunun için tanıtımların başlaması lazım. Hangi tür turizm yapıcaksan, hangi spor branşına yneliceksen, onun bi büyük organizasyonu davet etmen lazım. Onun zerine de o tanıtımla, bunu sen 7-8 ay sürebilecek, fırsatlarında, yani profesyonel sporcuların değil, insanların gelip kullanabileceği bi turizme dndrmen lazım ama bunların hepsinin başi planlama. İlk önce planlamasının yapılması lazım. Ne yapılıcağını düşünüp, ne yapılıcak? Fizibilitesinin yapılması lazım. Ben bunu yaparsam kaç kişilik bi otel, daha fazla otel yapılması lazım? Kaç kişilik bi havaalanı, ne zaman yapılması lazım?”

Mersin’de spor turizminin geliştirilmesi için yapılması gereken dördüncü uygulama, tanıtımın arttırılması olarak vurgulanmıştır. Bir otel yöneticisi (K26) bu konuyu şu sözlerle ifade etmiştir:

“Daha önce de bahsettiğim gibi tanıtım çok önemli. Bu anlamdaki tesisler ön plana çıkartılabilir. Çünkü hepsi yeni tesisler ve standartlara uygun olarak yapıldı. Hepsi olimpik. Bütün tesisler olimpiyatlara uygun olarak yapıldığı için hem Avrupa’da hem Orta Doğu’da hem de ulusal, yani Türkiye içerisinden, dediğim gibi şehir ulaşım anlamında kolay. Adana Havalimanı’na çok yakın. Yurtdışından gelecekler için limanımız var. Konaklama tesislerimiz çok daha fazla. Burda yapılacak, ön plana çıkacak olanlar, fuarlara katılıp, birçok yapılıcak olan spor oyunlarına talip olmamız lazım”.

Tablo 23. Mersin'in Spor Turizmi Konusuundaki SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
İklim	Spor Turizmi Yatırımlarının Yetersizliği
Spor Tesisleri	Ulaşım Olanaklarının Yetersiz Olması
Spor Turizmine Uygun Doğası	Yeterli Tanıtım Yapılmaması
Halkın İlgisi	Devlet Desteğinin Yetersizliği
Ulaşım Kolaylığı	Halkın Bilinsizliği
FIRSATLAR	TEHDİTLER
Spor Organizasyonlarının Sayısının Arttırılması	Jeopolitik Konum
Ulaşım İmkanlarının Geliştirilmesi	Tesislerin Atıl Kalma Riski
Tanıtımların Arttırılması	Paydaşların Birlikte alışmaması
Otel Sayısının Arttırılması	arpık Kentleşme
	Halkın Bilinlendirilmemesi
	Ulaşım İmkanlarının Geliştirilmemesi

Tablo 23 incelendiğinde, Mersin'in spor turizmi açısından en güçlü yönleri; iklimi, spor tesisleri, spor turizmine uygun doğası, halkın ilgisi ve ulaşım kolaylığıdır. En zayıf yönleri ise; spor turizmi yatırımlarının yetersizliği, ulaşım olanaklarının yetersiz olması, yeterli tanıtım yapılmaması, devlet desteğinin yetersizliği ve halkın bilinçsizliği olarak ortaya çıkmaktadır. Spor organizasyonlarının sayısının arttırılması, ulaşım imkanlarının geliştirilmesi, tanıtımların arttırılması ve otel sayısının arttırılması en büyük fırsatlar olarak görülürken, jeopolitik konum, tesislerin atıl kalma riski, paydaşların birlikte çalışmaması, çarpık kentleşme, halkın bilinlendirilmemesi ve ulaşım imkanlarının geliştirilmemesi en ciddi tehditler olarak tespit edilmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya genelinde yaşanan gelişmeler, günümüzde insanların alışkanlıklarının değişmesine, yeni şeyler deneme isteğinin artmasına sebep olmuştur. Ulaşım imkanlarının artması, insan ömrünün uzaması ve çalışma saatlerinin kısalması gibi etkenler, insanların boş zamanını arttırmıştır. Sağlıklı yaşam, çevresel sürdürülebilirlik, yeni lezzetler tatma isteği gibi olgular, birçok alternatif turizm türünün doğmasına ve hızla gelişmesine yol açmıştır. Spor turizmi, ortaya çıkan alternatif turizm türleri içerisinde hızla gelişme göstermektedir. Spor yapmak, spor etkinliklerini izleyici olarak izlemek veya sporla alakalı turistik noktaları (müzeler, stadlar vb.) ziyaret etmek, spor turizminin temelini oluşturmaktadır.

Spor turizminin ekonomik katkısının fazla olması nedeniyle, birçok ülke spor turizmi yatırımı gerçekleştirmektedir. Türkiye’de spor turizminde markalaşmış ülkelerden biridir. Türkiye’nin 2014 yılındaki spor turizmi geliri, 900 milyon dolar olarak tespit edilmiştir (TÜRSAB, 2014: 1). Özellikle Antalya, golf ve futbol kamp turizmine yönelik sahip olduğu altyapısı ile dünya çapında ne çıkmaktadır. Türkiye’nin birçok ilinde gerçekleştirilen spor organizasyonları, etkinliğe dayalı (pasif) spor turizminde de Türkiye’nin pay sahibi olduğunun göstergesidir.

Turizmden elde edilecek katkının arttırılması için, turizmin farklı bölgelere yayılması gerekmektedir. Bu bağlamda, spor turizminin Türkiye’de daha fazla geliştirilmesi için Antalya ve İstanbul gibi şehirlere alternatif bulunmalıdır. Mersin, sahip olduğu spor tesisi altyapısı, her mevsim spor yapmaya uygun iklimi ve doğasıyla spor turizminin geliştirilebileceği bir şehirdir. Ancak şehir, 2013 yılında Mersin Akdeniz Oyunları’na evsahipliği yapmış olmasına rağmen, organizasyondan beklenen katkıyı alamamıştır.

Bu yüksek lisans tezinin amacı, Mersin’in spor turizmi potansiyelini belirlemek, sahip olunan potansiyelin daha etkin kullanılabilmesine yönelik öneriler sunmaktır. Bu bağlamda, tezin amacına yönelik fikir yürütebileceği düşünülen 40 kişiyle birebir görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmelerden elde edilen veriler, içerik analizi yöntemi kullanılarak incelenmiş ve elde edilen bulgular neticesinde SWOT analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın birinci sorusunda, spor turizminin katılımcılar için ne ifade ettiği araştırılmıştır. Elde edilen bulgular *“kavramsal boyuta yönelik ifadeler, ekonomik boyuta yönelik ifadeler, sosyo-kültürel boyuta yönelik ifadeler ve diğer ifadeler”* olmak üzere dört tema altında incelenmiştir. Gerçekleştirilen analizler sonucunda, 40 katılımcıdan 13’ için spor turizminin *“ekonomik katkısı”* ifade ettiği belirlenmiştir. Spor turizminin turizm pastasından aldığı payın artmasından dolayı, en yüksek frekans değerinin bu ifade olması olağan bir sonuçtur. 40 katılımcıdan 11’i *“spor yapmak için seyahat etmek”*, 10’u *“spor etkinliklerini izlemek amacıyla seyahat etmek”* ifadesini kullanmıştır. *“Turistik ekiciliği olan spor alanlarını ziyaret*

eksikliği olarak vurgulanmıştır. Katılımcılardan bazıları, şehirde birtakım spor organizasyonları düzenlendiğini, ancak tanıtımın yapılmadığı için sadece o sporla ilgilenenlerin bu organizasyonlardan haberdar olduğunu aktarmışlardır. Katılımcılar arasında yaygın olan bir başka görüş, Mersin'in spor turizmi konusunda yeterli devlet desteği almamasıdır. Katılımcılar, devlet desteğinin arttırılıp kamu-özel sektör iş birliğinin sağlanması gerektiğine dikkat çekmişlerdir. Mersin'de düzenlenen spor organizasyonlarına (zellikle futbol, basketbol vb. branşlarda) halkın yeterli ilgiyi göstermemesi, bir diğer zayıf yön olarak ifade edilmiştir.

Altıncı sorudaki Mersin'in spor turizmi konusundaki fırsatları, yatırım etrafında şekillenmiştir. Spor organizasyonlarının arttırılması, başta Çukurova Havaalanı'nın bitirilmesi olmak üzere ulaşım imkanlarının geliştirilmesi, tanıtımların arttırılması ve spor turizmi konseptli oteller öncelikli olmak üzere otel sayısının arttırılması en önemli fırsatlar olarak katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

7. soruda Mersin'in spor turizmi açısından tehditleri incelenmiştir. Mersin'de spor turizminin gelişimindeki en büyük tehditin jeopolitik konum olduğu ifade edilmiştir. Bu ifade altında, Orta Doğu'daki ve Güneydoğu Anadolu'daki siyasi durum, güvenlik sorunu ve bunların sonucunda gerçekleşen aşırı ge vurgu yapılmıştır. Bu başlık altındaki en yüksek ikinci frekans değerine sahip kod, *"tehdit yok"* seçeneğidir. Jeopolitik konumun ardından dikkat çekilen husus, tesislerin atıl kalma riskidir. Bu bağlamda yapılan spor tesislerinin aktif olarak kullanılıp atıl kalmasının nlenmesi gerekmektedir. Mersin için bir diğer tehdit, paydaş birlikteliğinin sağlanamaması olarak gösterilmiştir. Turizmde yapılan yatırımların maliyeti çok yüksektir. Bu yatırımların altından kalkabilmek için kamu-özel sektör ortaklığı önem arz etmektedir. Mersin, çok fazla g alan ve bu yüzden hızla kalabalıklaşan bir şehirdir. Bu durum, katılımcılar tarafından çarpık kentleşme sorununun bir tehdit olarak görülmesine neden olmuştur. Halkın bilinlendirilmemesi ve ulaşım imkanlarının geliştirilmemesi diğer tehditler olarak ortaya çıkmaktadır.

Araştırmanın sekizinci sorusunda, Mersin'de spor turizmine yönelik yatırım yapılmasının desteklenip desteklenmediğine yönelik cevapları analiz edilmiştir. Cevaplara göre, 27 katılımcı yatırım yapılmasını desteklerken, 13 katılımcı, planlı yatırımı desteklemektedir.

Araştırmanın son sorusu, Mersin'de spor turizminin geliştirilmesi için neler yapılması gerektiği üzerinedir. Bu başlık altında, otel sayısı arttırılmasına, tüm paydaşların birlikte çalışmasına, spor turizmi master planı hazırlanmasına, tanıtımların arttırılmasına, spor organizasyonlarının arttırılmasına, spor tesislerinin sayı ve kapasitelerinin arttırılmasına ve ulaşım imkanlarının geliştirilmesine vurgu yapılmıştır.

Görüşmelerden ve literatürden elde edilen bulgular, Mersin'in spor turizmi potansiyeline sahip bir şehir olduğunu ve bu potansiyelin daha iyi kullanılması gerektiğini

ortaya koymaktadır. Mersin’de spor turizminin geliştirilmesi, etkin bir planlama ile mümkündür. Bu planlamada dikkat edilmesi önerilen uygulamalar, aşağıda sıralanmaktadır:

1. Tüm paydaşlardan temsilcilerin olduğu bir platform kurulmalı, hişbir paydaş süreç dışında bırakılmamalıdır.
2. Mersin’in spor turizmi envanteri belirlenmelidir.
3. Spor tesisi eksikliği olan branşlarda tesis sayısı, kamu ve özel sektör işbirliği sağlanarak arttırılmalıdır. Gerekirse, zel sektördeki yatırımcılara bu konuda kolaylıklar sağlanmalıdır.
4. Devlet desteği arttırılmalıdır. Oluşturulan platform tarafından hazırlanan master planı ilgili bakanlıklara sunularak proje detayları anlatılmalıdır. Bu detaylarda, maliyet ve uzun vadeli faydalar önemle vurgulanmalıdır.
5. Hangi spor turizmi türlerine ve hangi pazara yoğunlaşılacağı belirlenmelidir.
6. Spor turizmine yönelik tanıtımlar yapılmalıdır. Fuarlarda, festivallerde, spor turizmine yönelik broşürler hazırlanmalıdır. Sosyal medya tanıtım sürecinde aktif olarak kullanılmalıdır.
7. Ulusal ve uluslararası organizasyonlar arttırılmalıdır. Bu tarz organizasyonları gerçekleştirecek ülkeleri seçen kişi ve kurumlarla iyi ilişkiler geliştirilmelidir.
8. Halkın spor kültürü geliştirilmelidir. Yapılan spor tesisleri, yerel halkın kullanımına açık olmalıdır. Tesislerde o spor branşına yönelik kurslar verilmelidir.
9. Ulaşım imkanları geliştirilmelidir. Özellikle Çukurova Havaalanı Projesi ve Akdeniz Sahil Yolu Projesi tamamlanmalıdır.
10. Spor turizmi konseptli oteller öncelikli olmak üzere otel sayıları arttırılmalıdır. Tarsus-Kazanlı Turizm Projesi ve Karboğazı Kayak Merkezi Projesi bitirilmelidir.
11. Spor turizmine yönelik paket turlar hazırlanmalıdır. Bu bağlamda dünyada spor turizmi konusunda uzmanlaşmış büyük tur operatörleriyle iletişime geçilmeli ve işbirliği yapılmalıdır.

Yapılan araştırma neticesinde, Mersin ilinin spor turizmi konusunda yüksek bir potansiyeli olduğu ve bu yönde yatırımlar yapılması gerektiği sonucuna varılmıştır. Ancak, yatırımların, tüm paydaşların sürece dahil olduğu bir planlama çerçevesinde yapılması önerilmektedir. Araştırma, belirlenen örneklem ve rneklemi oluşturan katılımcıların görüşmelerin yapıldığı döneme ait ifadeleriyle sınırlıdır. Buna rağmen, Mersin’de daha önce tarafımızca bu konu hakkında yapılmış bir çalışmaya rastlanmamış olması, araştırmanın literatüre katkısı bakımından önemini arttırmaktadır. Benzer araştırmalar, daha geniş bir örneklem seçimiyle, ülkenin farklı şehirlerinde veya ülke genelinde yapılabilir. Bu şekilde gerçekleştirilecek araştırmaların uygulamaya geçirilmesi halinde, spor turizminin yerel, ulusal ve küresel ölçekte turizm pastasından alacağı pay artacaktır. Ayrıca, bu uygulamaların turizm ve diğer birçok sektörde istihdam artışına ve yerel halkın sosyo-kültürel gelişimine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- [1]. Akın, A. (2015). Spor turizminin etkileri üzerine bir alan araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (2), 20-30.
- [2]. Akkuş, O. ve Güneş, G. (2016). Mersin-Aydıncık ilçesi ve çevresinin kültür turizmi potansiyeli açısından değerlendirilmesi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (2), 73-98.
- [3]. Akmaz, A., Çelik, R. ve Dağlioğlu, T. Evaluation of Mersin provincetourism potential by content analysis. *European Journal of Physical Education and Sport Science*, 3 (12), 509-522.
- [4]. Alakent, B. (2018, 30 Aralık). Hedef 70 milyon turist 70 milyar dolar gelir. 15 Ocak 2019 tarihinde <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2018/12/30/hedef-70-milyon-turist-70-milyar-dolar-gelir> adresinden alınmıştır.
- [5]. Alpallu, A. (2011). *Uluslararası basketbol organizasyonlarının spor turizmine, ülke ekonomisine ve tanıtımına katkılarının değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- [6]. Andrade, F.C., & Antão, M.G. (2015). Turismo de golfe em Portugal. *Lusíada. Economia & Empresa*, 20, 81-97.
- [7]. Andreff, W. (2008). Globalization of the sports economy. *Rivista Di Diritto Ed Economia Della Sport*, 4 (3), 13-32.
- [8]. Antalya rafting turizminde 700 bin turist, 200 milyon TL gelir bekliyor (2018, 12 Temmuz). 22 Ocak 2019 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/antalya-rafting-turizminde-700-bin-turist-200-milyon-tl-gelir-bekliyor-40894545> adresinden alınmıştır.
- [9]. Ardahan, F., ve Mert, M. (2013). The validity and reliability of motivational factors scale and the benefits scale of participating in trekking activities for Turkish population. Bireyleri doğa yürüyüşü yapmaya motive eden faktörler ölçeği ve bu faaliyetlere katılarak elde edilen faydalar ölçeğinin Türk popülasyonu için geçerlilik güvenirlik çalışması. *Journal of Human Sciences*, 10 (2), 338-355.
- [10]. Atçı, D., Unur, K. ve Gürsoy, D. (2016). The impacts of hosting major sporting events: Resident's perceptions of the Mediterranean Games 2013 in Mersin. *International Review of Management and Marketing*, 6 (1), 139-145.
- [11]. Avarege and total attendance at FIFA football World Cup games from 1930 to 2018 (n.d.). 10 Ocak 2019 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/264441/number-of-spectators-at-football-world-cups-since-1930/> adresinden alınmıştır.
- [12]. Avcı, S. (2008). Golf örneğinde spor mekânlarının çevresel etkileri: Bir spor coğrafyası çalışması. *TÜCAUM V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu 2008 Bildiriler Kitabı*, 15-29.
- [13]. Bartoluci, M., Škorić, S., & Starešinić, Z. (2016). Sports tourism offer in Croatia. *Poslovna Izvrsnost: Znanstveni Časopis Za Promicanje Kulture Kvalitete I Poslovne Izvrsnosti*, 10 (2), 9-25.
- [14]. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, (Şubat, 2011). Golf turizmi sektör raporu. 14 Ocak 2019 tarihinde <http://baka.org.tr/uploads/1303486414GOLF-KATALOG--TURKCE-SON.pdf> adresinden alınmıştır.
- [15]. Bayraktar, Y., Aksakallı, Z. ve Selçuk, G.N. (2017). Yeni turistik ürün olarak futbol-kamp turizmi: Erzurum yüksek irtifa kampı örneği. *Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 199-210.
- [16]. Bektaş, F. (2010). *Kaçkar havzası trekking parkurlarının spor turizmi bakımından değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- [17]. Belek Turizm Yatırımcıları Birliği (t.y.). İstatistikler. 17 Ocak 2019 tarihinde <https://www.betuyab.com.tr/tr/istatistikler> adresinden alınmıştır.

- [18]. Birdir, K., Karakan, H. İ., ve Çolak, O. (2016). Gaziantep ilinin turizm açısından SWOT analizi ve Turizmin geliştirmesine yönelik öneriler. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13 (1), 195-205.
- [19]. Can, Z.G. ve Değirmen, S. (2017). Spor organizasyonlarının ekonomik açıdan incelenmesi: Mersin ili örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5 (4), 91-105.
- [20]. Cengiz, G., ve Akkuş, Ç. (2012). Kırsal turizm kapsamında yöre halkının kalkındırılması: Erzurum örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), 61-74.
- [21]. Chang, A. (2009, August 1). Despite olymipcs, China sees drop in visitors in 2008. 4 Mart 2019 tarihinde http://usatoday30.usatoday.com/travel/destinations/2009-01-08-china-visitors_N.htm adresinden alınmıştır.
- [22]. Cimilli V., Gülbahçe Ö. ve Şafak S. (2016). Spor turizmi açısından Türkiye'nin kış sporlarındaki potansiyelinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Spor Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 22-32.
- [23]. Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri spss uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- [24]. Çakıcı, C. ve Güler, O. (2014). Büyük Spor Organizasyonlarına Ev Sahipliği Yapmaya Değer Mi? Ekonomik Beklentiler ve Turizm Açısından Bir Değerlendirme, *3.Doğu Akdeniz Sempozyumu*, 37-50.
- [25]. Çakıcı, C. ve Yavuz, G. (2013). Akdeniz Oyunları bağlamında spor etkinlikleri ve olası etkileri. *1. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, 2-15.
- [26]. Çavuşoğlu, S.B., Tükenmez, A. ve Serdar, E. (2017). Kış olimpiyat oyunlarının ülkelerin sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan gelişimlerine etkisinin incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (49), 276-282.
- [27]. Çetinkaya, G. (2014). Bir macera turizmi etkinliği olarak kaya tırmanış sporu ve Antalya-Geyikbayırı'nın potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19 (31), 83-100.
- [28]. Çuhadar, M. (2013). Development of golf tourism and golf tourism demand forecasts in Turkey: a study of Belek region. Türkiye'de golf turizminin gelişimi ve golf turizmi talebi tahminleri: Belek bölgesine yönelik bir çalışma. *Journal of Human Sciences*, 10 (1), 1620-1639.
- [29]. Çukurova Kalkınma Ajansı (2017). RIS+ Mersin yenilik ihtiyaç analizi raporu. 10 Ocak 2019 tarihinde http://www.cka.org.tr/dosyalar/RIS_Mersin_Yenilik_Ihtiyac_Analizi_Raporu.pdf adresinden alınmıştır.
- [30]. Dalkıran, A., ve Bal, E. (2007). Alaçatı'da mekânsal ve toplumsal farklılıklar üzerinde yükselen farklı turizm eğilimleri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 16 (1-2), 53-67.
- [31]. Dalyan su sporları merkezi oluyor (2018, 18 Ocak). 1 Nisan 2019 tarihinde <https://www.fanatik.com.tr/dalyan-su-sporlari-merkezi-oluyor-1343742> adresinden alınmıştır.
- [32]. Daniels, M.J., ve Norman, W.C. (2003). Estimating the economic impacts of seven regular sport tourism events. *Journal of sport tourism*, 8 (4), 214-222.
- [33]. Dehnavi, A., Amiri, M., DehKordi, P. H., & Heidary, A. (2012). On the multidimensionality of sport tourism: challenges and guidelines. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2 (6), 105-110.
- [34]. Demir, M. ve Demir, Ş.Ş. (2004). Turistik ürün çeşitlendirmesi kapsamında futbol tuizmi: Antalya bölgesinde bir araştırma. *9 Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 94-116.
- [35]. Demir, Ş. Ş., ve Demir, M. (2013). Futbol ve turizm: futbol takımlarının kamp yeri seçiminin alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, 17 (56), 361-374.

- [36]. Derman, E. ve Yıldız, S. (2018). Canoe sport tourism in Manavgat. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 06 (01), 121-126.
- [37]. Devecioğlu, S. (2004). Sporun ekonomik boyutu. *Standart Ekonomik ve Teknik Dergi TSE*, 43 (511), 1-11.
- [38]. Diker, O., Çetinkaya, A., ve Cinkara, A. (2016). Hava Sporları Turizmi ve Safranbolu'nun Hava Sporları Potansiyelinin Belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 84-100.
- [39]. Diving equipment market overview (n.d.). 22 Ocak 2019 tarihinde <https://www.alliedmarketresearch.com/diving-equipment-market> adresinden alınmıştır.
- [40]. East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition (2016). Turizm İstatistikleri. 1 Şubat 2019 tarihinde www.emittistanbul.com/ite/media/itegroup/catalogues/emitt-t-statistics2000-2015.pdf adresinden alınmıştır.
- [41]. Elmas, B., Akkuş, Ç. ve Cengiz, G. (2013). Erzurum ili temel ve destekleyici turistik ürün çeşitlerinin değerlendirilmesi. *EUL Journal of Social Sciences*, 4 (1), 84-109.
- [42]. Ercan, F., Dalgın, T. ve Atak, O. (2017). Muğla/Ortaca ilçesinin kırsal turizm potansiyelini değerlendirmeye yönelik bir SWOT analizi. *Journal of International Social Research*, 10 (52), 1416-1424.
- [43]. Ercan, M. (2018, 22 Nisan). Tour of Mersin heyecanı sona erdi. 14 Şubat 2019 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/tour-of-mersin-heyecani-sona-erdi-40813691> adresinden alınmıştır.
- [44]. Ercan, M., & Açıkgöz, A. (2018, 16 Aralık). 4. Uluslararası Mersin Maratonu tamamlandı. 14 Şubat 2019 tarihinde <https://www.fanatik.com.tr/4uncu-uluslararasi-mersin-maratonu-tamamlandi-2031167> adresinden alınmıştır.
- [45]. Ersavaş Kavanoz, S. (2017). Olimpiyat oyunlarının ev sahibi kent üzerindeki etkileri. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36 (2), 57-73.
- [46]. Fédération Aéronautique Internationale (n.d.). Ballooning. 24 Şubat 2019 tarihinde https://www.fai.org/sport/ballooning?upcoming=1&f%5B0%5D=fai_event_year%3A2019&display=list adresinden alınmıştır.
- [47]. Fédération Aéronautique Internationale (n.d.). FAI World Air Games. 24 Şubat 2019 tarihinde <https://www.fai.org/worldairgames> adresinden alınmıştır.
- [48]. Fédération Aéronautique Internationale (n.d.). Parachuting. 24 Şubat 2019 tarihinde https://www.fai.org/sport/parachuting?upcoming=1&f%5B0%5D=fai_event_year%3A2019&display=list adresinden alınmıştır.
- [49]. FIFA- Fédération Internationale de Football Association (2018, 19 July). 7.7 million football fans visit FIFA Fan Fest during Russia 2018. 15 Ocak 2019 tarihinde <https://www.fifa.com/worldcup/news/7-7-million-football-fans-visit-fifa-fan-fest-during-russia-2018> adresinden alınmıştır.
- [50]. First-class football holidays in Spain(n.d.). 15 Ocak 2019 tarihinde <https://www.barcelo.com/pinandtravel/en/football-holidays-in-spain/> adresinden alınmıştır.
- [51]. Florida Sports Foundation (2017, January). The Economic impacts of the Florida sports industry. 7 Ocak 2019 tarihinde <http://floridasports.wpengine.com/wp-content/uploads/2017/01/2017-Economic-Impact-of-Sports.pdf> adresinden alınmıştır.
- [52]. Gammon, S., & Robinson, T. (2003). Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism* 8 (1), 21-26.

- [53]. Garau-Vadell, J.B., & de Borja-Sole, L. (2008). Golf in mass tourism destinations facing seasonality: a longitudinal study. *Tourism Review*, 63 (2), 16-24.
- [54]. Gibson, H.J. (1998). Active sport tourism: who participates?. *Leisure studies*, 17 (2), 155-170.
- [55]. Gibson, H.J., Willming, C., & Holdnak, A. (2003). Small-scale event sport tourism: fans as tourists. *Tourism management*, 24 (2), 181-190.
- [56]. Global Sports Impacts 2017 Report 2017 (n.d.). 3 Ocak 2019 tarihinde https://www.sportcal.com/PDF/GSI/Report/GSI_Report_2017_Sample_Pack_v1.pdf adresinden alınmıştır.
- [57]. Golf around the world 2017 (n.d.). 17 Ocak 2019 tarihinde <https://www.randa.org/~media/Files/DownloadsAndPublications/Golf-around-the-world-2017.ashx> adresinden alınmıştır.
- [58]. Gozalova, M., Shchikanov, A., Vernigor, A., & Bagdasarian, V. (2014). Sports tourism. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 21 (2), 92-96.
- [59]. Guler, O., Akdağ, G., Dalgıç, A., Benli, S. ve Çakıcı, A.C. (2016). Perceptions of locals towards non-mega sporting events: A study of XVII Mediterranean Games in Mersin-Turkey. *Journal Of Tourism – Studies And Research In Tourism*, 21, 9-21.
- [60]. Gumusgul, O., Kalkavan, A., Ozdilek, C., Demirel, M., & Ustun, U. D. (2013). The rising brand of Turkish tourism: the case for football. *Journal of Education and Sociology*, 4 (2), 85-88.
- [61]. Gçer, E., ve Silik, C. E. (2014). The Impacts of The International Sports Organizations: A Study on 2013 Mersin XVII. Mediterranean Games. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 2 (5), 148-170
- [62]. Güçlü, M. (2001). Olimpiyat oyunları ve spor sponsorluğu. *G.. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21 (3) , 223-239.
- [63]. Gündüz, H (2017). Yerel halkın gözüyle turizmde sürdürülebilirlik: golf turizm rneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (1), 18-36.
- [64]. Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: a theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10 (51), 994-1006.
- [65]. Gürsoy, Y. (2016). Giresun ilinin spor turizmi açısından değerlendirilmesi. *Journal of International Social Research*, 9 (45), 1080-1088.
- [66]. Gyimthy, S., & Mykletun, R. J. (2004). Play in adventure tourism: The case of Arctic trekking. *Annals of tourism research*, 31(4), 855-878
- [67]. Hazar, A. (2007). *Spor ve turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [68]. Hinch, T., & Ito, E. (2018). Sustainable sport tourism in Japan. *Tourism Planning & Development*, 15 (1), 96-101.
- [69]. Hinch, T., & Ramshaw, G. (2014). Heritage sport tourism in Canada. *Tourism Geographies*, 16 (2), 237-251.
- [70]. Holloway, J. C., Humphreys, C., & Davidson, R. (2009). *The Business of Tourism, eight edition*. Essex, England: Pearson Education Limited.
- [71]. Hoogendorn, G. (2014). Mapping fly-fishing tourism in Southern Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3 (2), 1-13.
- [72]. International Olympic Committee (n.d.). IOC anual report. 10 Ocak 2019 tarihinde <https://www.olympic.org/the-ioc/annual-report> adresinden alınmıştır.

- [73]. International Olympic Committee (n.d.). Olympic marketing fact file 2018 edition. 10 Ocak 2019 tarihinde <https://www.olympic.org/documents/ioc-marketing-and-broadcasting> adresinden alınmıştır.
- [74]. International Water Sports Federation (n.d.). Courses. 22 Ocak 2019 tarihinde <http://www.iwsfederation.com/en/page-courses-1/> adresinden alınmıştır.
- [75]. İçöz, O. (2008). *Spor turizmi pazarlaması ve futbol takımlarının hazırlık dönemi kamp yeri tercihlerini belirleyen etkenler*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [76]. Jakovlev, Z., Dimitrov, N. V., Koteski, C., & Serafimova, M. (2017). Sport tourism as the most important alternative form of tourism-strategies and challenge. *Economic Development/Ekonomiski Razvoj*, 19 (3), 197-207.
- [77]. Karadeniz, E., Kandır, S. Y., ve Önal, Y. B. (2007). Seçilmiş paydaşların SWOT yöntemiyle Türk turizm yatırımlarını değerlendirmesine yönelik bir pilot çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18 (2), 195-205.
- [78]. Karakoç, B. (2011). *2010 Dünya Basketbol Şampiyonası'nın spor turizmi ve ekonomik etkileri açısından incelenmesi*.Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Muğla Üniversitesi, Muğla.
- [79]. Karharman, A. (2014). *Antalya destinasyonunda spor turizmi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Trabzon.
- [80]. Koşan, A. (2013). Kış sporları turizmi-kayak turistlerinin kış turizm merkezlerini algı ve değerlendirmelerine ait bir araştırma (Palandöken'de bir uygulama). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (2), 293-324.
- [81]. Kunt, Berkay (2018, 20 Ağustos). Turistlerin bayram aktivitesi: Parasailing. 30 Mart 2019 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/turistlerin-bayram-aktivitesi-parasailing-40933637> adresinden alınmıştır.
- [82]. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın bütçesi ne kadar olacak? (2018, 20 Kasım). 10 Şubat 2019 tarihinde <https://www.turizmaktuel.com/haber/kultur-ve-turizm-bakanligi-nin-butcesi-ne-kadar-olacak> adresinden alınmıştır.
- [83]. Lama, D. (2013). *Annapurna trekking tourism's impact on economy*. Unpublished bachelor's thesis. Oulu University, Oulu.
- [84]. Lamont, M., & Dowell, R. (2008). A process model of small and medium enterprise sponsorship of regional sport tourism events. *Journal of Vacation Marketing*, 14 (3), 253-266.
- [85]. Macleary, Y. (2018, July 29). Tour de France 2018 prize money: how much will riders and teams earn in cash and WorldTour points. 20 Ocak 2019 tarihinde <https://www.telegraph.co.uk/cycling/0/tour-de-france-2018-prize-money-much-will-riders-teams-earn/> adresinden alınmıştır.
- [86]. McCarthy, L. (2016, August 4). The massive cost of hosting the olympic games [infographic]. 10 Şubat 2019 tarihinde <https://www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2016/08/04/the-massive-cost-of-hosting-the-olympic-games-infographic/#7417c6322e38> adresinden alınmıştır.
- [87]. Mercan, T.Y. (2017, 1 Temmuz). Kablolu Su Kayağı Yaptınız Mı? Hem de Bitlis'te. 30 Mart 2019 tarihinde <https://www.turizmglobal.com/kablolu-su-kayagi-yaptiniz-mi-hem-de-bitliste/> adresinden alınmıştır.
- [88]. Mersin Marina (t.y.). Genel bilgiler. 14 Şubat 2019 tarihinde <http://www.mersinmarina.com.tr/SayfaDetay/Genel-Bilgiler/7/> adresinden alınmıştır.
- [89]. Mersin nüfusu (t.y.). 12 Şubat 2019 tarihinde <https://www.nufusu.com/il/mersin-nufusu> adresinden alınmıştır.

- [90]. Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (2018, 14 Haziran). 2017 Mersin ekonomi raporu. 10 Mart 2019 tarihinde <http://www.mtso.org.tr/tr/a/2017-mersin-ekonomik-raporu> adresinden alınmıştır.
- [91]. Mersin turizmine ilgisizlik için araştırma nergesi (2018, 17 Nisan). 1 Mart 2019 tarihinde <https://www.turizm gazetesi.com/news.aspx?id=85734> adresinden alınmıştır.
- [92]. Mersin'in Tarsus ilçesindeki Kazanlı bölgesine 1 milyar dolarlık yatırım yapılacak(2018, 21 Nisan). 14 şubat 2019 tarihinde <https://www.aksam.com.tr/ekonomi/mersinin-tarsus-ilcesindeki-kazanli-bolgesine-1-milyar-dolarlik-yatirim-yapilacak/haber-728250> adresinden alınmıştır.
- [93]. Mevlana Kalkınma Ajansı (2012) Karaman il kırsal bölgelerdeki spor turizm alanlarının belirlenmesi projesi araştırma ve tespit raporu. 8 Ocak 2019 tarihinde www.mevka.org.tr/Yukleme/Uploads/DsyDUr6bN7202017104647AM.pdf adresinden alınmıştır.
- [94]. Mokras-Grabowska, J. (2016). Sports Tourism: Terminological Discussion. *Turyzm*, 26 (1), 13-18.
- [95]. Mursalov M. (2009). *Bir turistik ürün çeşitlendirilmesi olarak kış turizmi ve kış turizmi açısından Azerbaycan'ın Guba – Haçmaz turizm bölgesinin arz potansiyeli*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül niveresitesi, İzmir.
- [96]. Naghibi, S., Hakakzadeh, M., & Razaghi, M. E. (2018). Compilation of Iran Sport Tourism Strategy (SWOT). *International Journal of Science Culture and Sport*, 6 (2), 182-190.
- [97]. Nicolau, J.L. & Santa Maria, M.J. (2017). Sports results creating tourism value: Rafael Nadal's tennis match points worth €12,000,000. *Tourism Economics*, 23 (3), 697-701.
- [98]. Ongan, S. (2007). Futbol ekonomisi: hedef 2016 avrupa şampiyonası. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 107-113.
- [99]. Ongun, U., Gövdere, B., ve iek, U. (2016). Yeşilova'nın kırsal turizm potansiyelinin SWOT analiziyle değerlendirilmesi. *Vizyoner Dergisi*, 7 (16), 75-88
- [100]. Oskay, C. (2012). Mersin turizminin Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi... *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2), 185-202.
- [101]. Osmanoğlu, H. (2017). *Spor turizmi yapan otel işletmelerinin hizmetkalitesinin sporcular açısından değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış doktora tezi. Abant İzzet Baysal niveresitesi, Bolu.
- [102]. ncel, A. (2018). Uluslararası spor organizasyonlarının sosyoekonomik etkileri: 2012 Londra Olimpiyatları rneği ve Türkiye için bir değerlendirme. *Gmshane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 8 (22), 357-375.
- [103]. zbek, M. (2014). Turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetler: bugünü geleceği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 27-48.
- [104]. zdemir, A.B. (2018, 8 Ekim). Tour of Turkey'de sporcular ne kadar para dl kazanacak. 20 Ocak 2019 tarihinde <https://www.fanatik.com.tr/tour-of-turkeyde-sporcular-ne-kadar-para-odulu-kazanacak-2015974> adresinden alınmıştır.
- [105]. Polley, M. (1992). Olympic diplomacy: the British government and the projected 1940 Olympic Games. *The International Journal of the History of Sport*, 9 (2), 169-187.
- [106]. Saatçioğlu, C. ve Karaca, O. (2012). Ekonomi ve spor: ekonomik gelişmenin Uluslararası sportif başarı üzerindeki etkisi. *Yalova Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 27-42.
- [107]. Salahoğlu, H. P., Gürbüz, B., zdemir, A. S., ve Karaküçük, S. (2018). Spor turizminde hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: Antalya'daki futbol kampları üzerine bir araştırma. *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 16 (4), 31-39.

- [108]. Salici, O. ve zdaşlı, K. (2016). Türkiye Spor Turizminde Masa Tenisinin Yeri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3 (2), 36-46.
- [109]. Scandizzo, P.L., & Pierleoni, M.R. (2018). Assessing the olympic games: The economic impact and beyond. *Journal of Economic Surveys*, 32 (3), 649-682.
- [110]. Schwartzhoffov, E. (2014). Selected events as a special product of gastrotourism in the Czech Republic. *Czech Hospitality & Tourism Papers*, 10 (21), 253-258.
- [111]. Siegfried, J. & Zimbalist, A. (2000). The economics of sports facilities and their communities. *Journal of Economic Perspectives*, 14 (3), 95-114.
- [112]. Smaranda, S. (2017). New trends in winter sport tourism in Romania. *Agricultural Management/Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 19 (1).
- [113]. Soykan, E (2004). *Kütahya ilinde rekreatif amaçlı trekking (doğa yürüyüşü) alanlarının belirlenmesi ve spor turizminin geliştirilmesi açısından değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya.
- [114]. Spor ekonomisi 130 ülkeye fark attı (2016, 22 Haziran). 15 Ocak 2019 tarihinde <https://www.dunya.com/ekonomi/spor-ekonomisi-130-ulkeye-fark-atti-haberi-320627> adresinden alınmıştır.
- [115]. Spor turizminde 2019 hedefi 2000 takım(2018, 31 Ekim). 16 Ocak 2019 tarihinde <https://www.turizm gazetesi.com/news.aspx?Id=86973> adresinden alınmıştır.
- [116]. Spor'da bisiklet (t.y.). 20 Ocak 2019 tarihinde <https://www.bisikletliler.org/sporda-bisiklet/> adresinden alınmıştır.
- [117]. Sport England (June, 2013). Economic value of sport in England. 15 Ocak 2019 tarihinde <https://www.sportengland.org/media/3465/economic-value-of-sport.pdf> adresinden alınmıştır.
- [118]. Surfonomics (2017, March 27). 22 Ocak 2019 tarihinde <http://www.beachapedia.org/Surfonomics> adresinden alınmıştır.
- [119]. şahbaz, R.P. & Altınay, M. (2015). Türkiye'deki milli parkların rekreasyon faaliyetleri açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (3), 125-135.
- [120]. şahin ren, T. (2018). *Spor turizmi aracılığı ile sürdürülebilir destinasyon geliştirme: hava sporları açısından Uşak ili potansiyeli*. Yayınlanmamış doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- [121]. şahin, İ.F. (2009). Erzincan İli'nin turizm potansiyeli ve ildeki ekoturizm uygulamaları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14 (22), 69-88.
- [122]. T.C. Genlık ve Spor Bakanlığı (2013, 1 Temmuz). 17. Akdeniz Oyunları Muhteşem Kapanış Treniyle Sona Erdi. 15 Ocak 2019 tarihinde <http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/3/3237/17-akdeniz-oyunlari-muhtesem-kapanis-toreniyle-sona-erdi.aspx> adresinden alınmıştır.
- [123]. T.C. Genlık ve Spor Bakanlığı (2018, 7 Kasım). Genlık ve Spor Bakanlığı bütçesi TBMM Plan ve Bütçe Komisyonu'nda kabul edildi. 10 şubat 2019 tarihinde <http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/3/145120/genclik-ve-spor-bakanligi-butcesi-tbmm-plan-ve-butce-komisyonunda-kabul-edildi.aspx> adresinden alınmıştır.
- [124]. T.C. Genlık ve Spor Bakanlığı Spor Hizmetleri Genel Müdürlüğü (t.y.). İstatistikler. 10 şubat 2019 tarihinde <http://sgm.gsb.gov.tr/Sayfalar/175/105/Istatistikler> adresinden alınmıştır.
- [125]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Erzincan İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.). Su kayağı. 1 Nisan 2019 tarihinde <http://www.erzincankulturturizm.gov.tr/TR-57411/su-kayagi.html> adresinden alınmıştır.

- [126]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mersin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.) İstatistikler. 13 Ocak 2019 tarihinde <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR-73541/istatistikler.html> adresinden alınmıştır.
- [127]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mersin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.). Sportif etkinlikler. 14 şubat 2019 tarihinde <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR-73465/sportif-etkinlikler.html> adresinden alınmıştır.
- [128]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mersin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.). Mersin spor tesisleri ve gençlik kampları. 14 şubat 2019 tarihinde <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR-159546/mersin-spor-tesisleri-ve-genclik-kamplari.html> adresinden alınmıştır.
- [129]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mersin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.). Mersin. 24 Ocak 2019 tarihinde <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR-73136/mersin.html> adresinden alınmıştır.
- [130]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mersin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.). Coğrafya. 12 şubat 2019 tarihinde <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR-73151/cografya.html> adresinden alınmıştır.
- [131]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mersin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.). Turizm. 14 şubat 2019 tarihinde <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR-73386/turizm.html> adresinden alınmıştır.
- [132]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mersin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.). 14 şubat 2019 tarihinde <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/> adresinden alınmıştır.
- [133]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Mersin İl Kültür Turizm Müdürlüğü (t.y.). İstatistikler. 14 şubat 2019 tarihinde <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR-73541/istatistikler.html> adresinden alınmıştır.
- [134]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Muğla İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (t.y.). Jeep safari. 18 Ocak 2019 tarihinde <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR-73650/jeep-safari.html> adresinden alınmıştır.
- [135]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Golf turizmi. 17 Ocak 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10161/golf-turizmi.html> adresinden alınmıştır.
- [136]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Türkiye’de kış sporlarına ilişkin genel bilgi. 20 Ocak 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10177/kis-sporlari-turizm-merkezlerine-iliskin-genel-bilgiler.html> adresinden alınmıştır.
- [137]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Bilinmesi gerekenler. 22 Ocak 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10061/bilinmesi-gerekkenler.html> adresinden alınmıştır.
- [138]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Rafting. 22 Ocak 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10060/rafting.html> adresinden alınmıştır.
- [139]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Yamaç Paraşütü. 26 şubat 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10165/yamac-parasutu.html> adresinden alınmıştır.
- [140]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Balon. 26 şubat 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10167/balon.html> adresinden alınmıştır.

- [141]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Planör. 28 şubat 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10169/planor.html> adresinden alınmıştır.
- [142]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Paraşüt. 28 şubat 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10171/parasut.html> adresinden alınmıştır.
- [143]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Mikrolayt. 30 Mart 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10168/mikrolayt.html> adresinden alınmıştır.
- [144]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü (t.y.). Mikrolayt. 30 Mart 2019 tarihinde <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-10170/model-ucak.html> adresinden alınmıştır.
- [145]. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. 2023 Türkiye turizm stratejisi. 13 Ocak 2019 tarihinde <http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>adresinden alınmıştır.
- [146]. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Orman Genel Müdürlüğü (t.y.). İllere göre orman varlığı. 12 şubat 2019 tarihinde <https://www.ogm.gov.tr/Sayfalar/Ormanlarimiz/Illere-Gore-Orman-Varligi.aspx> adresinden alınmıştır.
- [147]. Taş, İ., şemsit, S. ve Eylemer, S. (2013). Avrupa Birliği  rneğinde uluslararası spor politikasının gelişimi: ekonomik, sosyal ve siyasal boyut. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 4 (9), 136-151.
- [148]. The Telegraph (2012, October 11). Tourist spending spree at London 2012 Olympics boosts UK economy. 15 şubat 2019 tarihinde <https://www.telegraph.co.uk/finance/economics/9601918/Tourist-spending-spreed-at-London-2012-Olympics-boosts-UK-economy.html> adresinden alınmıştır.
- [149]. The world's most amazing paragliding destinations (2017, October 13). 1 şubat 2019 tarihinde <https://www.booking.com/articles/world-amazing-paragliding-destinations.html> adresinden alınmıştır.
- [150]. Toramanlı, A. (2014). *Spor turizminde olimpiyat oyunları ve spor turizminin gelişimine katkıları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul.
- [151]. Total Olympic Games marketing revenues from 1993 to 2016 (in million U.S. dollars) (n.d.). 15 şubat 2019 tarihinde <https://www.statista.com/statistics/274453/marketing-revenues-of-olympic-games-in-total-since-1993/> adresinden alınmıştır.
- [152]. Tuncay, A.H. (2018). *Uluslararası ve ulusal yüksek irtifa ve kampmerkezlerinin spor turizminde yönetim veorganizasyon boyutları ile incelenmesi (Davraz'a yeni model  ng r s )*. Yayınlanmamış doktora tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- [153]. Turgut, M. (2005). *G  ler ve Mersin tarihi*. İstanbul: Etik Yayınları.
- [154]. Turismo de Portugal usa o futebol para promover o pais(2017, July 14). 15 Ocak 2019 tarihinde <https://viajarmagazine.com.pt/turismo-de-portugal-usa-o-futebol-para-promover-o-pais/> adrsinden alınmıştır.
- [155]. Turistin gözdesi parasailing (2011, 12 Ağustos). 30 Mart 2019 tarihinde <https://www.haberler.com/turistin-gozdesi-parasailing-2925814-haberi/> adresinden alınmıştır.
- [156]. Tutar, F., Fırat, E., Erkan,  . ve Tutar, E. (2013). Yerel Ekonomilerin Yeni Aktörü, Bölgesel İnovasyon Stratejileri: RIS Mersin Uygulaması. In *International Conference on Eurasian Economies, St. Petersburg, Rusya*.

- [157]. Türk Hava Kurumu (t.y.). Biz ne yapıyoruz. 27 Şubat 2019 tarihinde http://www.thk.org.tr/biz_ne_yapiyoruz adresinden alınmıştır.
- [158]. Türkiye Binicilik Federasyonu (t.y.). Federe kulüpler. 18 Ocak 2019 tarihinde <https://www.binicilik.org.tr/Kulup/11/Federe-kulupler> adresinden alınmıştır.
- [159]. Türkiye Binicilik Federasyonu (t.y.). Hakkımızda. 18 Ocak 2019 tarihinde <https://www.binicilik.org.tr/Detay/2/Hakkimizda> adresinden alınmıştır.
- [160]. Türkiye Bisiklet Federasyonu (t.y.). Yol bisikleti hakkında. 20 Ocak 2019 tarihinde http://bisiklet.gov.tr/Sayfa/Yol_bisikleti_Hakkinda-10.aspx adresinden alınmıştır.
- [161]. Türkiye Golf Federasyonu (n.d.). Ulusal sahalar. 17 Ocak 2019 tarihinde https://scoring-tr.datagolf.pt/scripts/all_courses.asp?club=ALL&ack=6V35FTY88F adresinden alınmıştır.
- [162]. Türkiye Hava Sporları Federasyonu (t.y.). 24 Ocak 2019 tarihinde <http://www.thsf.org.tr/#> adresinden alınmıştır.
- [163]. Türkiye İstatistik Kurumu (t.y.). 15 Ocak 2019 tarihinde <http://tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> adresinden alınmıştır.
- [164]. Türkiye Kültür Portalı (t.y.). Kürek-Sakarya. 1 Nisan 2019 tarihinde <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/sakarya/TurizmAktiviteleri/kurek> adresinden alınmıştır.
- [165]. Türkiye Kültür Portalı (t.y.). Kürek-Sakarya. 1 Nisan 2019 tarihinde <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/samsun/gezilecekyer/su-kayagi-parki> adresinden alınmıştır.
- [166]. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2014). TÜRSAB spor turizmi raporu. 13 Ocak 2019 tarihinde www.tursab.org.tr/dosya/12195/tursab-spor-turizmi_raporu_12195_5670173.pdf adresinden alınmıştır.
- [167]. Türkiye Su Sporları Federasyonu (t.y.). su kayağı. 22 Ocak 2019 tarihinde <https://tssf.gov.tr/su-kayagi/> adresinden alınmıştır.
- [168]. Türkiye, golf turizminden 160 milyon euro kazandı (2018, 31 Ağustos). 1 Nisan 2019 tarihinde <https://www.haberler.com/turkiye-golf-turizminden-160-milyon-euro-kazandi-11192033-haberi/> adresinden alınmıştır.
- [169]. Türkiye’de yapılabilecek bazı hava sporları (t.y.). 30 Maart 2019 tarihinde <https://turizmgundemi.com/turkiyede-yapilabilecek-bazi-hava-sporlari-5072/> adresinden alınmıştır.
- [170]. Türkiye’ye futbol turizminden 100 milyon euro gelir gelecek (2018, 7 Ocak). 16 Ocak 2019 tarihinde <https://www.haberler.com/turkiye-ye-futbol-turizminden-100-milyon-euro-10427301-haberi/> adresinden alınmıştır.
- [171]. Türkiyedeki Suriyeli sayısı şubat 2019 (2019, 15 Şubat). 20 Şubat 2019 tarihinde <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/> adresinden alınmıştır.
- [172]. Ulutaş, A. (2006). *1. ve 2. Körfez Savaşları’nın Türkiye’ye etkileri*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [173]. United Nations World Tourism Organization (n.d.). Tourism towards 2030 global overview. 15 Ocak 2019 tarihinde cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf adresinden alınmıştır.
- [174]. United Nations World Tourism Organization (n.d.). Understanding tourism: basic glossary. 1 Şubat 2019 tarihinde cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf adresinden alınmıştır.

- [175]. United Nations World Tourism Organization (n.d.). UNWTO tourism highlights, 2018 edition. 15 Ocak 2019 tarihinde cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf adresinden alınmıştır.
- [176]. United States Holocaust Memorial Museum (n.d.). 1936 Berlin Olimpiyatları'nı boykot etme hareketi. 15 Ocak 2019 tarihinde <https://encyclopedia.ushmm.org/content/tr/article/the-movement-to-boycott-the-berlin-olympics-of-1936> adresinden alınmıştır.
- [177]. Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- [178]. Waller, S., Trendafilova, S. & Daniell, R. Did the 2012 World Series positively impact the image of Detroit?: Sport as a transformative agent in changing images of tourism destinations. *Journal of Sport & Tourism*. 19 (1), 79-100.
- [179]. Wimbledon (n.d.). Facts and figures/FAQ. 15 Ocak 2019 tarihinde https://www.wimbledon.com/en_GB/atoz/faq_and_facts_and_figures.html adresinden alınmıştır.
- [180]. Woratschek, H., Hannich, F. M., & Ritchie, B. (2007). *Motivations of sports tourists: An empirical analysis in several European rock climbing regions*. Univ., Rechts-und Wirtschaftswiss. Fak.
- [181]. World Travel & Tourism Council (March, 2018). The economic impact of travel & tourism. 30 Ocak 2019 tarihinde <https://www.wttc.org/-/media/files/.../world2018.pdf> adresinden alınmıştır.
- [182]. Yavuz, G. ve Cakıcı C. (2014). Mersin'in xvii. Akdeniz Oyunları'ndan beklentileri üzerine bir araştırma. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 2 (1), 11-26.
- [183]. Yeşil, M. (2015). *Antalya'da spor turizmi: mevcut durumun tespiti*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- [184]. Yfantidou, G., Nikou, M., & Matsouka, O. (2018). Winter tourism in Greece: An approach to tourists' behavior and needs. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 21 (1), 74-87.
- [185]. Yıldırım, O. (2014). *Ankara'daki özel spor merkezlerine devam eden bireylerin spor ekonomisine katkısı*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- [186]. Zenginer, H.O. (2017). *Spor ekonomisinde kamusal regülasyonlar ve Türkiye değerlendirmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- [187]. Zgurovski, K. ve Akın, A. (2016). Spor turizminin gelişimine yönelik alan araştırması (Gaziantep örneği). *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13 (1), 47-59.
- [188]. 2. Altın Kanca'da geri sayım başladı (2018, 3 Ekim). 22 Ocak 2019 tarihinde <http://mersiniz.com/tr-tr/haberler/681/2-altin-kanca-amator-balik-avi-turnuvasi> adresinden alınmıştır.
- [189]. 6 yeni stad daha geliyor (2018, 26 Şubat). 10 Şubat 2019 tarihinde <http://www.hurriyet.com.tr/sporarena/6-yeni-stat-daha-geliyor-40754278> adresinden alınmıştır.

EKLER

EK 1: GRŖME FORMU

GRŖME FORMU

“Mersin İlinin Spor Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi Yöntemiyle İncelenmesi” adlı bu tez alıŖması, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İŖletmecilięi Anabilim Dalı ğrencisi Tolga GÜDÜK ve tez danıŖmanı Doç. Dr. Erdiç KARADENİZ tarafından yürütülmektedir. KiŖisel bilgileriniz kesinlikle gizli tutulacak, cevaplarınız yalnızca bilimsel amaçla kullanılacaktır.

Katılımınız için teŖekkr ederiz.

Doç. Dr. Erdiç Karadeniz

Tolga GÜDÜK

1. Spor turizmi size ne ifade etmektedir?
2. Sizce Mersin spor turizmi potansiyeline sahip midir?
3. Sizce Mersin’de hangi spor turizmi türleri ne çıkmaktadır ve çıkarılmalıdır?
4. Sizce Mersin’in spor turizmi konusunda güçlü yönleri nelerdir?
5. Sizce Mersin’in spor turizmi konusunda zayıf yönleri nelerdir?
6. Sizce Mersin’in spor turizmi konusunda fırsatları nelerdir?
7. Sizce Mersin’in spor turizmi konusunda tehditleri nelerdir?
8. Mersin’de spor turizmi konusunda yatırımlar yapılmasını destekliyor musunuz?
9. Sizce Mersin’de spor turizminin daha fazla geliŖtirilmesi için neler yapılmalıdır?

ZGEMIŖ

KİŖSEL BİLGİLER

AD: TOLGA

SOYADI: GÜDÜK

DOĞUM YERİ: MERSİN

DOĞUM TARİHİ: 13.05.1994

EĞTİM DURUMU

İLKÖĞRETİM: Pirireis İlköğretim Okulu (2000-2008)

LİSE: Salim Yılmaz Lisesi (2008-2012)

ÜNİVERSİTE (LİSANS): Mersin Üniversitesi Turizm İŖletmeciliĖi (ÖRGÜN ÖĞRETİM) (2012-2017)

ÜNİVERSİTE (YÜKSEK LİSANS): Mersin Üniversitesi Turizm İŖletmeciliĖi (2017-2019)

İŖ TECRÜBELERİ

2014 Mayıs-2014 Temmuz: Maxx Royal Kemer Resort (kat görevlisi)

2015 Haziran-2015 AĞustos: Amara Dolce Vita Luxury (komi)

2016 Eylül-2016 Aralık: New Joy Turizm (bilet satıŖ danıŖmanı)