

Farklı Bakış Açılılarıyla Spor ve Turizm

Yeşim Bayrakdaroğlu¹

Berk İrfan Kadakal²

Özet

Spor, insanların kişisel yenilenme talepleri nedeniyle, güçleşen yaşam şartlarında bulunduğu çevreden uzaklaşıp değişik bir aktivite olarak gerçekleştirecekleri önemli bir uğraş hâline gelmiştir. Ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmenin temel unsuru olan spor, insanın psikolojik ve fiziksel sağlığını geliştirmek için yapılan faaliyetlerdir. Bu faaliyetler; kişisel gelişim ve çevreye uyumu kolaylaştırır, bireyler, topluluklar ve uluslararası dayanışmayı, dostluğu ve barışı oluşturur, belirli rekabet standartları içinde yarışmak, üstünlük sağlamak, heyecanlanmak kadar kişinin mücadele gücünü de artırır. Turizm, daimî ikamete geçiş yapmadıkları ve gelir getirici faaliyetlerde bulunmadıkları sürece, bir bireyin geçici olarak konaklamasından kaynaklanan tüm olay ve ilişkiler anlamına gelir. Spor ve turizm ilişkisi aslında turizm endüstrisinin sporun ve spor organizasyonlarının insanların hayatında ve toplumda önemli bir yer tutması gerçeğinden doğmuştur. Uluslararası spor etkinliklerinin kendine has özellikleri nedeniyle turizmle bağlantılı olduğu söylenmektedir. Spor turizmi, sporla ilgili etkinliklere katılmak veya izlemek amacıyla yapılan seyahatlerdir. Başka bir ifadeyle spor turizmi, günlük olarak gerçekleştirilebilen veya ticari olmayan amaçlarla düzenlenebilen, ikamet edilen yerden hareket etmeyi gerektiren her türlü aktif (katılımcı) ve pasif (seyircili) spor faaliyetleridir. Bu bağlamda spor ile ilişkisi bulunan turizm, dünyada kabul gören önemli bir sektördür. Bu bölümde amaç, spor ve turizm kavramlarının birbiri ile uyum sürecini incelemektir. Ayrıca farklı açılardan ele alınan bu iki kavramın günümüzün en popüler spor branşlarından E-Spor ile ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır. E-spor turizmi, ana cazibesi e-spor etkinlikleri ve faaliyetleri olan tematik bir turizm faaliyetidir. E-spor meraklıları, e-spor etkinliklerini izlemek ve katılmak için e-sporu evlerinden çıkarak organizasyon mekanına doğru takip etmektedir. E-spor turizmi, geleneksel etkinlik sporları turizminden esasen farklı olmayan, yeni ortaya çıkan bir etkinlik turizmi türüdür.

1 Doçent Doktor, Gümüşhane Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, yesimsongun@hotmail.com, 0000-0003-1460-4780

2 Yüksek Lisans Öğrencisi, Gümüşhane Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, berkkadakal10@gmail.com, 0009-0003-7074-0872

1. Spor Nedir?

İnsanlığın varoluşundan bu yana hareket etmek en doğal ve en temel ihtiyaçlarımızın arasında yer almıştır ve almaya devam edecektir. Önceleri bu hareketin koordinasyonunu içgüdüsel olarak gerçekleştiren insanoğlu, daha sonraları vücudunu tanımaya başlamış olacak ve ihtiyaçları doğrultusunda hareketlerini bir dizin haline getirecektir. Yaptıkları bedensel hareketleri, önceleri doğaya karşı hayatta kalmak adına, daha sonraları ise bilinçli bir şekilde yapmaya başlamışlardır. Tam olarak bu noktada günümüz “Spor” kavramına ışık tutacak bedensel hareketlerin temelini oluşturmuşlardır (Öntürk, 2020).

Sporu tanımlarken, geçmişten günümüze farklılaşan kültür gibi spor da çağın siyasi ve sosyal yapısının dönüşümüne ayak uydurarak hem bünyesinde barındırdığı etkinlikler genişlemiş hem de ona atfedilen tanımlar çeşitlenmiştir (Aktaş, 2023). Spor sözcüğü, İngilizce dili vasıtasıyla dünyada ünlenmesine rağmen, dağıtmak ve birbirinden ayırmak anlamına gelen Latince “disportare” ve “deportare” kelimelerinden ortaya çıkmıştır. Orta Çağ’da Fransızlar bunu keyif almak veya eğlenmek anlamına gelen “Se Desporter” veya “Se Deporter” sözcükleri ile ifade etmişlerdir. Türkler spor ifadesi olarak “idman” kelimesini kullanmıştır (Aylan, 2020). Kavramsal olarak olmasa da sporun en temel taşı olan, bedensel beceriler sporun ana kaynağı olmaya devam ederek, süre gelen zaman içerisinde spor kavramı, başlıca yaşam biçimi haline gelen tüm kesimin kabul ettiği bir olgu olarak varlığını sürdürmektedir (Öntürk, 2018). Bu kavram Öner (2023a)’e göre, fiziksel performansın ötesinde bireylerin psikolojik, sosyal ve kişisel gelişimine de katkıda bulunan bir aktivite olarak görülmektedir. Spor, insanların kendi muhakeme ve mücadele yeteneklerini kullanarak başarılı olmak ve kazanmak için yaptıkları düzenli kural tabanlı eylemleri yapısı içerisinde barındırmaktadır (Öner, 2023b).

(Yeşil, 2015) ve beden eğitimi etkinliklerinin özelleştirilmesi sonucu farklı branşlarda şekillenen, katı kuralları olan, rekabetçi bir etkinlik olup, üst düzeyde yapıldığında bir takım fizyolojik, psikolojik, estetik ve teknik yeterlilikler gerektirir. Spor, (Albayrak ve ark., 2014).

İnsanlık tarihinden günümüze kadar kültürler arası kaynaşma ve gelenekleri canlı tutmanın araçlarından biri olan spor, başlangıçta korunma, savaşa hazırlanmak ve avlanma amacıyla yapılarak zaman içerisinde bireysel sporlara dönüşmüştür. Spor geçmişten günümüze gelişim göstererek hem bireysel hem de takım sporu olarak ön plana çıkmış, insanların kazanma isteklerini ortaya koyabilecekleri yarışma ve organizasyonlar olarak görülmektedir (Yasun ve Kaynar, 2022). Birçok spor aktivitesi hem aerobik

hem de anaerobik fazların karışımından oluşur (Ataş ve Can, 2022). Spor, fiziksel aktivite ve egzersizle eş anlamlı değildir. Fiziksel aktivite, dinlenik enerji harcamasının üstünde bir artış sağlayan, iskelet kaslarının kasılmasıyla üretilen bedensel hareket iken egzersiz de fiziksel uygunluğun bir veya daha fazla bileşenini geliştirmek için yapılan planlı, yapılandırılmış ve tekrarlanan bedensel hareketlerden oluşan bir fiziksel aktivite türüdür (Kaya ve Can, 2022). Fiziksel aktivite veya egzersiz, yoğun çalışma temposuna uyum sağlayan kişilerin, harcadıkları enerji sonucu oluşan gerilimleri bir şekilde ortadan kaldırmaları psikolojik dengelerini korumak için gereklidir (Songün ve ark., 2016).

Başlangıçta toplum kültürünün bir parçası olarak kabul edilen sporun, kültürel açıdan dönüştürücü ve özümleyici gücünü günümüzde tüm ülkeler kabul etmektedir. Bunun sonucunda ülkeler sporu toplumun iç dinamiklerini canlandıracak bir itici güç, siyasi, sosyal ve kültürel değişimin bir aracı olarak kullanmaya başlamışlardır. Böylelikle ulusal bir politika hâline gelen spor, mikro düzeyde bireyler arası rekabetin, makro düzeyde ise uluslararası rekabetin sembolü hâline gelmiştir. Bu durum ülkelerin spora büyük ekonomik yatırımlar yapmasına yol açarak sporun popülaritesini arttırmıştır. Spora atfedilen siyasi boyutun yanı sıra ekonomik boyutu da vardır. Küreselleşmenin etkisiyle kültürel hegemonya alanı ve ticari amaçlı en büyük endüstrilerinden biri haline gelmiştir. “Spor endüstrisi; tesis yönetimi, spor organizasyonları, sponsorluk, profesyonel spor ve ligler, şampiyonalar, fitness ve sağlık gibi pek çeşitli dallara ayrılan bir endüstridir” (Tanrıverdi, 2012).

2. Turizm Nedir?

“Turizm ” Latince “Tornus” kelimesinden gelir. Manası “dönme hareketi” dir. İngilizce “tour”(tur) ve “touring” (turing) kelimeleri de bu kelimedenden kaynaklanmaktadır. “Tour” dairesel hareket anlamına gelir. İş veya eğlence amacıyla belirli bir bölgeyi ziyaret etmek veya bu bölgeye seyahat etmek anlamına gelir. Turizmin birçok farklı tanımı bulunmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (DTÖ) turizmi şu şekilde tanımlamaktadır:

Bu tarz konaklamalarda kazanç elde etmek temel amaç değildir. Konaklamalar geçicidir. Seyahat edip geceyi orada geçirenler bir süre sonra ikamet ettikleri yere geri dönerler. Uzun süreli eğitim amaçlı veya iş bulmak amacıyla yapılan seyahatler turizm niteliği taşımaz. Turizme yol açan olaylar aşağıdakileri içerir.

1. İnsanların eğlence ve huzur arzusu;
2. Sağlık veya hava durumuyla ilgili nedenlerle seyahat etmek,

3. spor, sanat ve kültürel etkinlikler,
4. Araştırma amaçlı seyahat,
5. Kutsal yerleri ziyaret etmek,
6. Parlamento veya Konferans,
7. İş gezisi.

Konaklama endüstrisi, turistlerin çok çeşitli ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan tüm işletmeleri ifade eder. Bu durum hizmet sektörünü de içinde barındıran spor ile turizmin de iç içe olmasını sağlamıştır.

3. Spor ve Turizm İlişkisi

Tarih boyunca spor ve turizm arasındaki ilişki, insan ihtiyaçlarına, ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve teknolojik koşullardaki değişikliklere paralel olarak değişerek günümüze kadar gelişmiştir. Günümüz turizm sektöründe spor etkinliklerine katılım çeşitli şekillerde gerçekleşmektedir.

Günümüzde spor aktivitelerinin çoğunluğu seyahatle karakterize edilirken, turizm faaliyetlerinin çoğunluğu da sporla ilgili aktivitelerle karakterize edilmektedir (WTO, 2000).

Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre spor turizmi en hızlı büyüyen sektörlerden biridir. Ancak spor endüstrisi ile bu alan arasındaki ilişki hakkında çok az şey bilinmektedir. (Ören,2018). Spor endüstrisi bugün, küresel bir olgu olarak tüm dünyaya yayılmış ve önemli bir ekonomik faaliyet olarak karşımıza çıkmaktadır Küresel spor endüstrisinin büyüklüğü bugün 100 milyar Doları aşmış durumdadır. Bu rakam sadece bilet satışları, medya hakları ve sponsorluk gelirlerinin oluşturduğu rakamdır. Spor malzemeleri, spor giyim ve ekipmanları, lisanslı ürünler ve spor tesisleri gibi diğer unsurlar eklendiğinde dünya spor endüstrisinin toplam büyüklüğünün 600 milyar dolara yaklaştığı tahmin edilmektedir (Gsb.Gov, 2023).

UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) verilerine göre; dünya genelinde 2016 yılında uluslararası seyahat ve turizm gelirlerinin %10 unun spor turizminden kaynaklandığı, bazı destinasyonlarda spor turizminin turizm sektörü içindeki payının % 25 olduğu ve bu oranın Avustralya ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde % 55 seviyelerine ulaştığı belirtilmektedir. Dünyada küresel turizmin yıllık büyüme oranı %4-5 seviyelerinde seyrederken, spor turizminin yıllık büyüme oranı yaklaşık % 14 civarındadır

Önceleri spor ve turizm iki farklı sektör olarak düşünülürken artık bu iki sektör arasındaki ilişki daha iyi anlaşılmaktadır. Spor turizmi son yirmi yılda hızla artmıştır. Spor turizmi bu nedenle sadece turizm için değil aynı

zamanda spor sektöründeki şirketler için de çok önemli hale gelmiştir. Spor-turizm yakınlığı son zamanlarda geliştirilen bir olgudur ancak genel kabul görmüş bir tanımı yoktur. Spor turizmi, ekonomik ve sosyal faaliyetler olarak spor ve turizm arasındaki arayüzdür. Spor turizmini sporun bir turizm aracı olarak kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır (Ören, 2018).

Sporun gelişmesiyle, spor turizm alanında da değişimler göze çarpmaktadır. Turizmdeki Rekreasyonel amaçlı gerçekleştirilen doğa sporları faaliyetleri artık bir turizm türü hâline gelmiştir. Bu şekilde spor ve turizm birbiriyle bağlantılıdır. Spor müsabakaları ve spor organizasyonları aracılığıyla gerçekleşen spor turizmi, günümüzde hem yurt içi hem de yurt dışı turizm olarak önem kazanmaktadır (Şebin, 2019).

4. Spor Turizminin Tarihsel Gelişimi

Spor günümüzde olduğu gibi tarih boyunca da bir çok insanı bir araya getiren büyük organizasyonlara ev sahipliği yapmıştır. Spor organizasyonlarının tarihinde, dönemin yaşam şartları ile alakalı olarak saldırı ya da savunma sporları olduğu bilinmektedir (Yasun ve Kaynar, 2022). Tarihsel olarak spor turizminin ilk örneğinin M.Ö. 766 yılındaki Olimpiyat Oyunları sırasında yaşandığı varsayılmaktadır. Ancak Yunanistan'ın Olympia kentinde düzenlenen Pan Hellenic Games, bu yarışma veya festivallerin en önemlisi olarak kabul edilmiştir (Yeşil, 2015).

Spor, medeniyetlere bağlı olarak farklı dönemlerde farklı şekillerde dikkat çekmiştir. Tarih içerisinde toplumun varlıklı kesimleri sevdiği sporlarla ilgili etkinlikleri takip edebilmek için seyahat etmişlerdir. 19. yüzyılın sonlarında golf sporunun yaygınlaşmasıyla konaklamalı seyahatler artmaya başlamıştır (Yeşil, 2015).

Yeni icatların üretimi etkilediği 18. ve 19. yüzyıllarda Avrupa'da meydana gelen Sanayi Devrimi'nden günümüze kadar spor turizminin gelişimi dört şekilde görülmüştür:

- 1- Spor katılımcılarının demografik bakış açıları çeşitlenmiştir.
- 2- 1970'li yıllardan itibaren Batı toplumunun sağlığa ve fiziksel iyiliğe olan ilgisi giderek artmıştır.
- 3- 1980'li yıllardan bu yana gezginler arasında tatilleri sırasında boş zaman aktivitelerine yönelik güçlü bir talepleri bulunmuştur.
- 4- Şehirlerin gelişiminde ve imajında sporun ve spor etkinliklerinin rolüne olan ilgi giderek artmıştır (Yeşil, 2015).

Turizm ve spor, 1950'lerden bu yana dünya çapında önemli endüstriler haline gelmiştir. Ancak iki sektör arasındaki ortak değerlendirmeler 1990'lı yılların sonlarına dayanmıştır. Bu dönemde (1950-1990) sporun turizm üzerindeki etkisi henüz gözle görülme de, 1990'lı yıllardan itibaren insanların spor faaliyetlerine aktif veya pasif katılımları nedeniyle etkisi giderek artmıştır (Turgut, 2021).

4.1. Dünya'da ve Türkiye' De Spor Turizmi Gelişimi

Küresel sporun etkisi göz önüne alındığında, spor ve seyahati birleştiren spor turizmi arasındaki çizgiyi çizmek zordur. Öte yandan spor, turizm ürünlerinin çeşitliliğine çeşitli yönlerden katkı sağlamak ve seyahat destinasyonları için önemli bir konudur. Ayrıca yılın her döneminde yapılabileceğinden yıl boyunca turizm sezonunun çeşitlenmesine de katkı sağlanmaktadır. Spor turizmi, özellikle gelişmekte olan ülkelerde değişen turizm beklenti ve ihtiyaçlarına cevap verme özelliğine sahip, yeni bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir. Ülkeler kendi ülkelerinde spor turizminin geliştirilmesi için yoğun çalışmalar yapmakta ve destinasyonlar spor faaliyetlerine ağırlık vererek spor turizminin dikkatini çekmeye çalışmaktadırlar. Dünya Turizm Örgütü, spor turizmini en hızlı büyüyen alternatif turizm türlerinden biri olarak listelemektedir (WTO, 2020). WTO'nun 2030 tahminine göre turizm sektöründe önemli bir rol oynaması beklenen spor turizmi, talep artışı görece alternatif turizm türlerinden biridir. Ayrıca "Türkiye Turizm Stratejisi 2023" hedefleri doğrultusunda, planlama çalışmalarında önem verilen alternatif turizm türlerinden biri de spor turizmidir. Spor turizmi aynı zamanda kırsal alanların sosyo-ekonomik kalkınmasını sağlayacak önemli araçlardan biridir (Çetiner, 2022).

Türkiye'de spor turizminin gelişimine bakıldığında son 25 yılda yaşanan gelişmeler dikkat çekmektedir. Spor turizminin Türkiye için gelişiminde üç temel faktör etkili olmaktadır. Bahsedilen faktörlerden birinci unsur, uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmasıdır. Türkiye, birçok spor etkinliğine ev sahipliği yapmıştır. Bu organizasyonlar arasında 17. Akdeniz Oyunları, 25. Dünya Üniversite Kış Oyunları, FIFA U20 Dünya Kupası, Türkiye Cumhurbaşkanlığı Bisiklet Turu, 2017 Dünya İşitme Engelliler Olimpiyatları ve Uluslararası İstanbul Maratonu gibi mega etkinlikler yer almaktadır. Bir diğer faktör ise rafting, yamaç paraşütü gibi sporların Türkiye'de yaklaşık 20-25 yıl önce spor turizmi kapsamında değerlendirilip hızla popüler hale gelmesidir. 2000'li yıllarda spor turizminin son etken ise Türkiye'de spor turizmin gerçekleşmesinde ana unsur olan kamp turizmidir. Türkiye'de gelişmesinde ana unsurlar olan golf ve futbol kamp turizmi ortaya çıkmıştır. Antalya Belek özellikle konsepti spor turizmi olan otelleriyle

tanınmaktadır (Güdük, 2019). Ülkemizde Abant, Kızılcahamam ve Uludağ gibi rakımı yüksek olan yerler, spor takımlarının sezon öncesi kampları için en popüler alanlar arasında yer almaktadır. Spor kamp turizmi faaliyetlerinde öncelikle kamp yeri seçimini etkileyen bir takım coğrafi faktörler bulunmaktadır. Erzurum şehri ve yakın çevresinin söz konusu faaliyet için çeşitli üstünlüklere sahip olduğu; alt yapı, organizasyon ve amaca uygun beşeri yatırım varlığı yönünden ise geliştirilebilir olduğu düşünülmektedir (Altaş, Altaş, Çavuş, ve Zaman, 2015)

5. Spor Turizminin Altyapı Unsurları

Turizm, hem bir ülkenin halkının hem de o ülkeyi ziyaret edenlerin yararı için gerekli olan yollar, limanlar, havaalanları, müzeler, oteller, çevre düzenlemeleri, dinlenme tesisleri gibi temel hizmet unsurlarının gelişmesini amaçlamaktadır. Turistlere mal ve hizmet sağlayan ve turizmin etkisiyle önem kazanan faaliyet sektörleri, gelirleri etkilediği için altyapı faaliyetlerinin gelişmesi üzerinde baskı oluşturmaktadır. Aynı zamanda konaklama, beslenme ve eğlence tesisleri de turizm üst yapısını oluşturmaktadır (Yasun ve Kaynar, 2022). Üst ve alt yapıyı destekleyen özellikler aşağıdaki gibidir:

Doğal Özellikler: Parklar, dağlar, kayalar, sahiller veya denizler, göller, nehirler, açık alanlar ve kırsal alanlar.

Hizmetler: Seyahat acenteleri, tur operatörleri, eğlence liderleri/ antrenörler/eğitmenler, ekipman ve giyim mağazaları, seyahat refakatçileri/ temsilcileri/rehberler, turist bilgi merkezleri, tesis veya etkinlik yöneticileri, pazarlama; döviz ofisleri, sigorta, catering, yönetim bilgi sistemleri, ekipman kiralama, haritalar ve rehberler, spor sağlık klinikleri.

Eğlence: Etkinlikler, yarışmalar, gösteriler, festivaller.

Ulaşım: Demiryolları, milli otobüs ağları, otomobiller, havayolları, deniz hatları, feribotlar.

Tesisler: Marinalar, golf sahaları, buz pistleri, arenalar, stadyumlar, yüzme havuzları, spor kampları, eğlence merkezleri, yapay kayak pistleri, yapay tırmanma duvarları, spor alanları, bowling salonları, koşu alanları, spor araçları, teleferikler.

Konaklama: Oteller, moteller, villalar, tatil kampları, kulüpler, kamp alanları, yurtlar, tekneler, misafirhaneler, dağ kulüpleri.

Miras: Arkeolojik alanlar, müzeler, tarihi arenalar/stadyumlar

Konfor Yerleri: Otoparklar, tuvaletler, işaret tabelaları ve barınma alanları.

Organizasyon: Ulusal hükümet otoriteleri, yasal ve düzenleyici otoriteler, yerel otoriteler ve spor dernekleri. Seyahat pazarlama organizasyonları, mesleki dernekler ve gönüllü organizasyonlar (Argan, 2004).

6. Spor Turizminin Ekonomik, Politik ve Kültürel Etkisi

Spor turizm etkilerinin anlaşılabilir olması için insanları turizm faaliyetlerine iten taleplerin bilinmesinde yarar vardır. İnsanları turizm faaliyetine iten güzel yerler görme isteği, yeni deneyimler kazanma isteği ve dinlenme isteği vb. doğuştan gelen motivasyonlar ve saygınlık kazanma, spor etkinliklerine katılma ve macera arama gibi sonradan edinilmiş motivasyon kaynakları olmak üzere iki temel güdüden oluşmaktadır (Şengel, 2019).

Spor turizmi faaliyetleri, yeni sosyal ve eğlence fırsatlarının sağlanması ve yeni altyapının teşviki ve geliştirilmesi yoluyla bölge sakinlerinin artan ekonomik faydalardan ve bağışlardan doğrudan yararlanması nedeniyle toplumu zenginleştirme konusunda büyük bir potansiyele sahiptir (González-García, Añó-Sanz, Parra-Camacho ve Calabuig-Moreno, 2018).

6.1. Spor Turizminin Ekonomik Etkisi

Spor organizasyonlarının turizmin gelişimi ve markalaşması üzerinde etkisi oldukça fazladır. Bunların en önemlilerinden biri işin ekonomik yönüdür. Spor turizminin ekonomik etkileri; Küresel ve yerel etkinlikler sayesinde dünyanın farklı yerlerinden mühim iş adamlarını, sporcuları, spor severleri ve gazetecileri aynı çatıda kavuşturan bu organizasyonlar, ülkeye döviz girişi sağlamakta ve harcamaları sayesinde ülke tanıtımına katkı sağlamaktadır. Kamuoyu, özellikle küresel etkiye sahip olan spor organizasyonlarının, düzenledikleri ülkenin tanıtımına, ekonomik kalkınmasına, istihdam olanakları yaratılmasına, ticari faaliyetlere, spor sektörünün büyümesine aktif olarak katkı sağlamasını beklemektedir. Ülkeler spora olan ilgileri ve ülkenin spor turizmini etkileme konusundaki itibarı nedeniyle bu tür organizasyonlara ev sahipliği yapabilmek için kıyasıya bir yarışa girmektedir (Duman, Şahin, Uluç ve Bulut, 2021). Spor turizmi etkinliklerinin olumlu ekonomik etkileri temel olarak turizminin gelişimine odaklanmaktadır, örneğin: Turizm gelirinin artması, turizm kaynaklarının ve altyapısının geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. (Tomino, Perić ve Wise, 2020).

Olimpiyat Oyunları spor turizminin en önemli organizasyonu olarak kabul edilmektedir. Olimpiyatlar bir ülkenin itibarını artırır ve aynı zamanda ev sahibi ülkenin ekonomisini de güçlendirmektedir. Olimpiyat oyunları düzenleneceği şehre, bürokrat, gazeteci, çeşitli TV kanalları, seyirci ve sporcu olmak üzere birçok yerli ve yabancı turisti de çekerek, olimpiyat oyunlarının

turizmi canlandırmasına ve turistik gelirin artmasına da katkıda bulunmaktadır. Bu da şehrin ekonomisinde bir hareketlenme meydana getirecektir. Böylece kent yıllarca gerçekleştiremeyeceği ekonomik büyümeyi, olimpiyat oyunları sayesinde bir anda gerçekleştirebilecektir. Günümüzde spora yönelik artan toplumsal istek, uluslararası spor etkinliklerinin önemi ve spor faaliyetlerinde yazılı ve görsel medyaya artan ilgi, çeşitli ülke ekonomilerine kayda değer bir canlanma ve dinamizm getirmektedir. Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapan şehirlere devlet yetkilileri, gazeteciler, çeşitli televizyon kanalları, seyirciler ve sporcular dahil olmak üzere çok sayıda yerli ve yabancı turistin gelmesi turizmin canlanmasına ve turizm gelirlerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Bu da şehrin ekonomisinin canlanmasına yol açacak. Bu da şehrin yıllardır başaramadığı ekonomik büyümeyi Olimpiyatlar sayesinde yakalamasını sağlamaktadır (Toramanlı, 2016).

Spor seyahati ve turizmi yalnızca Amerika Birleşik Devletleri'nde 118,3 milyar dolarlık bir pazar oluşturmaktadır. Avustralya'da yapılan araştırmalar, spor turizminin toplam turizm pazarının %55'ini oluşturduğunu ayrıca yıllık 3 milyar dolara yakın ekonomik etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu kadar önemli sonuçlar doğuran spor turizminin ülke ekonomisine hem kısa hem de uzun vadede pek çok pozitif faydası bulunmaktadır. Genel olarak ele alırsak üç tür kısa vadeli etki vardır: Doğrudan Etki: Spor turistleri, spor etkinliklerine katıldıkları alanlarda doğrudan harcama yaparak istihdamı ve geliri artırmaktadır. Dolaylı etkiler: Spor etkinliklerinin düzenlenmesine katkı sağlayan diğer sektörlerin bu harcamaları yoluyla gelir ve istihdam Artmak. Teşvik etkisi: Etkinlik harcamaları nedeniyle yerel halkın gelirinde artış sağlamak. Ülkelerin ekonomilerine spor turizminin sağladığı vadesi uzun olan ekonomik faydalar da kıymetlidir (Duman, Şahin, Uluç ve Bulut, 2021). Ülkelerin gelirlerine spor turizmi uzun vadede fayda sağlamaktadır.

Şu anda dünya turizm ekonomisinin %25-30'unun turizmden geldiği tahmin edilmektedir. Önümüzdeki yıllarda spor seyahati ve turizminin gelişeceğine ilişkin öngörüler başka gelişmelere de işaret etmektedir; Spor amaçlı seyahatlerde artış ya da artan spor etkinlikleri sayısı. Dünyanın hemen hemen her köşesinde mevcut olan yeni spor disiplinleri, spor turizminin daha dinamik ve modern bir olgu hâline gelmesini sağlamaktadır (Malchrowicz-Moško ve Poczta, 2018).

6.2. Spor Turizminin Politik Etkisi

Spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak için ülkeler birbirleri ile yarış içindedir. Spor etkinlikleri önemli yatırımlara öncülük eder. Bu durum devletlerin maddi desteğini gerektirmektedir. 2000 Sidney Olimpiyatları için

Avustralya hükümeti spor ve destekleyici altyapının masraflarını üstlenmiş ve organizatörlere etkinlik harcamaları için birkaç kez kurtarma programları sağlamıştır. Hükümetler ve politikacılar da spor organizasyonlarını siyasi propaganda aracı olarak kullanabilirler. Politikacılar siyasi kariyerlerinin başlangıç noktası olarak spor organizasyonlarına ev sahipliği yapmak, hükümetler topluma, spor otoriteleri ve ticari kuruluşlarla ilişkilerini geliştirmek, yerel ve merkezi hükümetler ise ekonomik ve politik organizasyonlara ev sahipliği yapmak, kültür bilgisini ortaya koymak isterler (Can ve Değirmen, 2017).

Olimpiyat Oyunları, katılan ülke sayısı, etkinliğin büyüklüğü ve ev sahibi ülkenin kendi tarihini dünyaya aktarmada önemli bir rol oynaması nedeniyle, özellikle dış politika hedeflerine ulaşmak isteyen ülkeler arasında, popüler sahne olarak yorumlanmaktadır. Etkinliklerde Uluslararası medya aracılığıyla küresel kültürel ortam oluşmaktadır. Bu nedenle, Olimpiyatlar ve FIFA Dünya Kupası gibi önemli uluslararası spor etkinlikleri, kamu diplomasisi ve spor diplomasisi yoluyla bir ülkenin imajını etkileyebilmektedir (Adamış, 2022).

6.3. Spor Turizminin Kültürel Etkisi

Spor organizasyonları ekonomik faydanın ötesinde ülkelere ve şehirlere uzun vadeli katkılar sağlamaktadır. Çünkü ev sahibi ülke veya şehir, organizasyon çerçevesinde teknik, sosyal, kültürel, turistik zenginliklerini ve sanatsal değerlerini tanıtmaya olanağına sahiptir. Uluslararası spor etkinliklerinin bir diğer katkısı da ev sahibi ülke veya şehirde spor kültürünün oluşmasını sağlamaktır. Çünkü bu organizasyonun hem katılımcılara hem de izleyicilere büyük faydaları vardır. Spora ilgi duyan kişi sayısının fazlaşması, yerli sporcu sayısını ve ülkenin uluslararası müsabakalardaki başarısını da Artırmaktadır. Uluslararası organizasyon, Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC) ve Uluslararası Spor Federasyonlarının kontrol ve denetimi altında yapılan bu etkinlikler ülke imajını olumlu yönden etkilemektedir (Silik ve Güçer, 2016).

Spora yeni başlayanlar, turistler ve yerel hayranlar organizasyonlara katılmakta ve organizasyonlardan keyif almaktadırlar. İster yerel bir festival ister büyük ölçekli bir etkinlik olsun, etkinliği izlemek veya bir şekilde katılmak için dünyanın her yerinden ziyaretçiler gelmektedir. Bu sayede etkinlikler ve festivallerin de giderek daha popüler hale gelmesi bölgesel kalkınmaya yönelik turizm stratejisinin popüler bir unsurudur (Clark ve Misener, 2015).

Spor etkinlikleri ayrıca belirli kişiler (katılımcılar ve seyirciler) ve belirli yerler arasında güçlü ilişkiler geliştirme potansiyeline sahiptir. Ayrıca sporun mekan kimliği açısından artan önemine ve 'otantik kültürel mekan deneyimleri' sağlama potansiyeline destek vermektedir (Knott, Fyall ve Jones, 2015). Bu tür bir istihdam, yalnızca serbest meslek gelirinin artmasına katkıda bulunmakla ve yerel toplumun kültür ve geleneklerini desteklemekle kalmaz, aynı zamanda destinasyon için bir bütün olarak olumlu bir imaj da oluşturur. Spor ve rekreasyon içeriği turizmdeki yeni trendlerle uyumlu olmalıdır. Pazar ihtiyaçları ve geleneklerin yanı sıra potansiyel turistler, el sanatları, etnografik değerler, gurme ürünler, gelenekler ve kültür de bölgedeki spor etkinliklerini olumlu yönde etkilemekte ve kültürel sporları canlandırmaktadır (Marković, Perić, Mijatov, Dragin ve Doljak, 2021) .

7. Spor Turizminin Desteklenmesi Politikalar Sponsorlar ve Beklentiler

Sponsorluk faaliyetleri, devletin himayesinde gerçekleştirilen sosyal bir görev olarak kabul edilmekle birlikte, yarattığı ekonomik fayda ve hedefler daha ticari bir boyut kazanmaktadır. Bu durum özel sektörün de ilgisini çekmektedir. Kurumsal sponsorluk son yıllarda dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen iletişim unsuru haline gelmiştir. Spor sponsorluğu, küresel sponsorluk faaliyeti içerisinde %70'lik payla ilk sırada yer almakta ve çok geniş bir kitleye hitap etmesi nedeniyle işletmelerin en çok tercih ettiği sponsorluk Çeşidi oluşturmaktadır. Hızla sanayileşen spor faaliyetleri rekabetçi piyasa koşullarına uyum sağlayarak tüketim kültürünün taşıyıcısı haline gelmiştir. Büyük tüketici gruplarının oluşmasına ve birleşmesine olanak sağlayan spor, her geçen gün daha da ticarileşerek işletmelerin ilgisini çekmekte ve giderek yaygınlaşan bir pazarlama aracı olarak kullanılmaya başlamaktadır. Spor ve sportif etkinliklerle ilgili sponsorluk faaliyetlerine spor sponsorluğu adı verilmektedir. Spor sponsorluğu, bir spor etkinliği ile sponsor şirket arasında bir iş ilişkisi ve karşılıklı fayda olarak ortaya çıkmaktadır. Daha geniş bir tüketici tabanına ulaşmanızı sağlayan spor sponsorlukları, son yıllarda giderek daha popüler hale gelerek şirketlerin farklı spor sektörlerinde farklı kitlelere ulaşmasını sağlamaktadır.

2014 Brezilya Dünya Kupası sırasında FIFA, büyük şirketlerle imzaladığı 20 sponsorluk anlaşmasından 1,4 milyar dolar kazandı. Bahsedilen miktar, Güney Afrika'da düzenlenen 2010 Dünya Kupası'ndan elde edilen sponsorluk gelirlerinden %10 daha fazla olduğu manasına Gelmektedir. 2020 yılında küresel spor sponsorluk geliri 57 milyar dolar olurken, pazar büyüklüğünün 2027 yılında %6,72 artarak 89,6 milyara ulaşması beklenmektedir. Televizyon, 2019 yılında spor sponsorluk gelirlerinin %80,8'ini oluştururken,

bu oranın 2024 yılında %72,9'a düşeceği tahmin edilmektedir. Spor sponsorluğu harcamaları zaman içerisinde artış göstermektedir çünkü sponsorluklar geniş ve çeşitli kitlelere ulaşmaya yardımcı oluyor. Spor sponsorluğuna yatırım yapmanın ikinci nedeni, kurumsal spor sponsorlarının yaklaşık dörtte üçünün genel olarak spor ligleri, takımları ve organizasyonlarıyla olan ilişkilerinden memnun olmasıdır (Gedik, 2022).

8. Spor Turizmin Türkiye Açısından Ekonomik Boyutu

Günümüzde spor turizmi çok geniş bir alandır ve her geçen gün büyümektedir. Ülkeler ve hatta şehirler birbirleriyle yarışarak bu alandaki paylarını artırmak için çeşitli projeler geliştirip uygulamaya çalışmaktadırlar. Bu rekabet ortamı Türkiye'yi de olumlu etkilemektedir. Aslında Türkiye, spor turizmi alanında önde gelen ülkelerden biri ve konumunu genişletmek için bu alanda çeşitli adımlar atmaktadır (Eroğlu ve Kaynar, 2021).

Spor turizmi Türkiye'ye birçok açıdan ekonomik katkı sağlamaktadır. Yapılan araştırmalar Türkiye'nin doğal güzellikleri ve konumu nedeniyle spor turizmi potansiyelinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Önemli olan bu potansiyelin, spor ve turizm alanında geliştirilen insan kaynağının spor turizminin geliştirilmesi için doğru şekilde kullanılmasıdır (Turgut, 2021).

Türkiye'nin turizm işkolu, dumansız endüstri olarak değerlendirilmektedir. Ekonomik büyümenin sürekliliğinin sağlanması ülkemiz açısından son derece önemlidir (Duman, Şahin, Uluç ve Bulut, 2021). Araştırmalar, turizm sektörünün 1960'tan 2010'a kadar Türkiye'deki en önemli büyüme faktörlerinden biri olduğunu vurgulamaktadır. Dünyada öncülük eden spor ve turizm kuruluşları, küresel turizm gelirlerinin %32'lik kısmının spor turizminden geldiği konusunda hemfikirdir. Türkiye'nin bu pastadan aldığı pay ise yaklaşık %1,5'tir (Salici ve Özdaşlı, 2016).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), 2014 yılında 550.000'den fazla yabancı turistin Türkiye'yi spor etkinlikleri için ziyaret ettiğini ve 900 milyon dolardan fazla harcama yaptığını, spor turistlerinin ise ortalama olarak turistlerin iki katı kadar harcama yaptıklarını belirtmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün küresel turizm ekonomisinin 2020 yılında 2 trilyon dolara ulaşmış ve bu pastadan paylarını artırmak için kendi turizm politikalarını geliştirmelerini amaçladıklarını açıkladılar. Ayrıca spor turizminin sağladığı ekonomik boyutlar da şu şekilde ifade edilmektedir.

✓ Küresel spor turizminin değeri neredeyse 200 milyar dolardır.

✓ Türkiye'ye gelen turistler ortalama 824 dolar, spor amaçlı seyahat edenler ise ortalama 1.648 dolar harcamaktadır.

✓ Türkiye'ye spor amaçlı gelen yabancı turist sayısı 550.000'i aşıyor ve bu turistlerin toplam harcaması 1 milyar doları bulmaktadır.

✓ Gelecekte düzenlenecek uluslararası spor faaliyetleri dikkate alınarak hesaplanan Küresel Spor Endeksi değerine göre Türkiye, dünyada 14. sırada yer almaktadır.

✓ Ayrıca 2006-2014 yılları arasında Türkiye'de 14 uluslararası etkinlik gerçekleştirilmiş olup, etkinlik sayısı açısından Türkiye dünyada 18'inci sırada yer almaktadır (Eroğlu ve Kaynar,2021).

9. Elektronik Spor Turizmi

E-spor, yatırım ve teknoloji açısından geleneksel spor alanlarından farklılaştığı için dünya çapında bilinen ve her geçen gün popülerliği artan bir spordur. E-spor, bireylerin bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak fiziksel ve zihinsel becerilerini geliştirip eğittikleri bir spor faaliyetleri alanı olarak tanımlanmaktadır. Tanıma bakacak olursak e-sporun bilgi ve iletişim teknolojisi ve kişisel gelişimle ilgili olduğunu söyleyebiliriz. Başka bir tanıma göre e-spor, oyuncuların veya takımların belirli sonuçlara ulaşmak için elektronik sistemler kullandığı ve sporun temel yönlerinin elektronik sistemler tarafından mümkün kılındığı bir spordur (Pirci ve Dalgıç, 2021).

E-spor, 60'tan fazla ülkede Uluslararası e-Spor tarafından tanınmaktadır ve dernek tarafından 2022 yılında madalya oyunu olarak kabul edilmektedir. Profesyonel bir spor dalı olarak kabul edilen e-sporun maliyeti diğer spor branşlarına daha düşüktür. Gelirleri geleneksel sporlarla karşılaştırıldığında, e-spor gelirleri geleneksel spora göre %14 oranında artış göstermektedir. Afrika ve Orta Asya'da da katılımı %8,8'lik bir artış görüldü ve bu da ev sahibi şehirler için iş fırsatları yaratmaktadır (Elsaid ve Fathallah, 2023).

E-spor ilk kez 1970'lerde 1972'de Stanford Üniversitesi'nde ortaya çıktı. "Uzay Savaşı" oyunu, e-sporu otel endüstrisindeki en sıcak trendlerden biri haline getirdi. Ancak e-spor sektörünün yeterince anlaşılması ve yetkililerin destek vermemesi nedeniyle pek çok kişinin hâlâ e-spor etkinliklerinden haberi yok. E-spor etkinliklerinin başarısı aynı zamanda hükümetlerin aktif katılımına da bağlıdır çünkü hükümetlerin turizm gelişiminin bütçe düzeyleri üzerinde etkisi vardır (Kim, Nauright ve Suveatwatanakul, 2020).

E-spor da zamanla gelişerek turizm içerisinde yerini almıştır. E spor pazarının her geçen gün büyüyerek ülkelere ekonomik katkı sağlama, ülke ve destinasyon tanıtımında önemli bir araç haline gelme, turizm hareketliliğini artırma potansiyeline sahiptir. Bir çalışmada yeni bir alternatif turizm türünün ve yeni bir turist tipinin ortaya çıkışından bahsederek "ES" turistlerini öne sürmektedirler (Pirci ve Dalgıç, 2021).

E-spor, ulusal ve bölgesel turizme büyük katkı sağlamaktadır. E-spor, gelişmiş ülke ekonomilerine ciddi bir turizm kazandırmakta, mevcut imajı güçlendirmekte ve önemli bir tanıtım aracı olarak değerlendirilmektedir. Spor turizmi açısından e-spor çerçevesinde düzenlenen yarışmalara bakıldığında, düzenlenen organizasyonlara aktif veya pasif olarak katılan kişilerin düşünce, fikir, yenilik ve para getirdiği, ancak aynı zamanda karşı taraftan da beklentileri olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu beklentiler yemek, barınma ve eğlence olarak sıralanabilmektedir. Ayrıca bazı kişiler, spor organizasyonlarının sunduğu hizmetler aracılığıyla çeşitli istihdam olanakları yaratılmasının olumlu bir etki yarattığına inanırken, bazıları da faaliyetlerinin sosyal ve çevresel sorunları açığa çıkararak toplumsal yapı üzerinde olumsuz bir etki yarattığına inanmaktadır (Bulut, Duman,Şahin,Duman ve Uluç, 2021).

9.1. E-spor ve Turizm İlişkisi

E-spor turizmi, ana cazibesi e-spor etkinlikleri ve faaliyetleri olan tematik bir turizm faaliyetidir. E-spor meraklıları, e-spor etkinliklerini izlemek ve katılmak için e-sporu evlerinden çıkarak organizasyon mekanına doğru takip etmektedir. E-spor turizmi, geleneksel etkinlik sporları turizminden (örneğin NBA, Dünya Kupası, Formula 1 yarışları vb.) esasen farklı olmayan, yeni ortaya çıkan bir etkinlik turizmi türüdür. E-spor turizmi, esas olarak e-spor ve turizm endüstrilerinin etkileşimi ve entegrasyonuna dayalı olarak ortaya çıkmış olup, “spor + turizm” modunun entegrasyonunun ürünüdür. E-spor ve turizm endüstrilerinin entegrasyonu pazar talebi ve kârına göre şekillenmektedir. COVID-19’den etkilenen kullanıcılar çevrimiçi eğlenceye daha fazla zaman harcadı ve mobil e-spor oyun pazarının büyüme oranı 2020’de %36,8’e ulaştı. E-spor organik pazarı %45,2’ye yükseldi. Turizm endüstrisinin entegrasyonu bir turizm başarısıdır (Xu,Xu ve Wang, 2022).

E-spor etkinliklerinin toplumsal sürdürülebilirlikteki rolü, bireylerin farklı ihtiyaçlarının karşılanmasıyla açıklanmaktadır. Durum bu açıdan değerlendirildiğinde, profesyonel sporcular performanslarına göre ödüller ve ücret almakta ve diğer sporcular tarafından tanınmaktadır. Öte yandan e-spor tutkunu olan taraftarlar da bilinçli olarak kendilerini e-spora adayabilirler. E-spor etkinliklerini deneyimlemek, destekledikleri oyuncularla tanışmak ve tutkularını aynı ilgi alanlarına sahip boş zamanlarını ve finansal kaynaklarını diğer e-spor meraklılarıyla paylaşmaktadırlar. E-spor turistleri için canlı e-spor etkinlikleri, eğlenenlerin katıldığı benzersiz ve unutulmaz deneyimler olarak değerlendirilebilmektedir. E-spor turistlerine yönelik etkinlikler düzenlemek maliyetlidir ve turizm endüstrisini doğrudan etkilemektedir: konaklama, ulaşım, içecekler, yiyecek vb. Ortaya çıkan maliyetler yerel

ekonomileri ve e-spor etkinliklerine ev sahipliği yapan destinasyonların diğer destinasyonlarla karşılaştırıldığında rekabet gücünü destekleyen e-spor kuruluşlarıyla yapılan anlaşmalar aracılığı ile karşılanır. Bu nedenle e-spor etkinlikleri, turistik destinasyonların imajını iyileştirmede itici bir güç olarak değerlendirilmektedir. Bu, bir destinasyonun turistik tesislerini ve hizmetlerini rakiplerine kıyasla geliştirmemizi sağlar. Tatmin edici bir e-spor etkinliğine ev sahipliği yapan bir tesisteki oyuncu deneyimleri ve algılanan hizmet kalitesi, aynı zamanda e-spor turistlerinin destinasyona yönelik algılarını ve gelecekteki tercihlerini de şekillendirmektedir (Dülgaroğlu, 2023). Öte yandan e-sporadaki büyük ilerlemeler tüketici davranış ve turizm tercihlerini de etkilemiş ve bu da turizme yol açmaktadır. Tüm bu faktörlerin bir araya gelmesi ve spor etkinliği turizmi olarak sınıflandırılan e-spor turizminin ortaya çıkması, e-spor etkinliklerini kesinlikle ilgi çekici hale getirmektedir (Elsaid ve Fathallah, 2023).

10. Spor Turizmi ve Gönüllülük

Spor turizmi çerçevesinde birçok spor organizasyonu düzenlenmekte ve bu organizasyonların katılımcıları farklı ülke ve bölgelerden gelmektedirler. Ayrıca ulusal ve uluslararası düzeyde düzenlenen spor organizasyonlarına çok sayıda gönüllü katılmaktadır. Gönüllü terimi Latince “voluntas” kelimesinden gelir. Gönüllüler, zorunlu bir ihtiyacın ötesinde maddi bir getiri beklemeden, başkalarına yardım etmek için harekete geçen kişilerdir. Gönüllüler, maddi kazanç gözetmeden zamanlarını ve çabalarını başkalarının yararına yatırırlar. Spor organizasyonlarında gönüllü olarak görev alan kişiler, spor organizasyonu içerisinde bir takım görev ve sorumlulukları yerine getirmektedir. Bu gönüllüler aynı zamanda spor organizasyonları aracılığıyla spor turizmine de katkı sağlamaktadırlar (Duman, Duman, Şahin, Uluç ve Bulut, 2021).

Gönüllüler, büyük spor etkinliklerinin başarılı bir şekilde organize edilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Gönüllüler becerilerini ve çabalarını karşılıksız olarak sunarlar. Gönüllüler, personel seviyelerini azaltarak spor mega etkinliklerinin operasyonel maliyetlerini azaltır (Ahn, 2018). Uluslararası spor organizasyonlarında gönüllü olarak görev alan kişiler; pazarlama, yemek ve konaklama, medya, ekip yönetimi ve iletişim, gönüllü denetleme ve yönetimi, etkinlik alanı yönetimi, topluluk yönetimi, finans ve bütçeleme, ilk yardım, etkinlik operasyonları, risk yönetimi ve kayıt gibi bölümlerde gönüllü olabilirler. Uluslararası spor organizasyonlarının en üst düzeylerinden biri olan olimpiyat oyunlarında en çok gönüllü ihtiyacı vardır. Ek olarak, spor organizasyonları etkinliklerini yürütmek için gönüllülere güvenmektedir (Duman, Duman, Şahin, Uluç ve Bulut, 2021).

KAYNAKÇA

- Adamış, E. (2022). “İzmit (Nicaea) İçin Yeni Bir Alternatif Turizm Potansiyeli: Spor Turizmi”. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 158-167.
- Ahn, Y. J. (2018). “Recruitment of volunteers connected with sports mega-events: A case study of the PyeongChang 2018 Olympic and Paralympic Winter Games”. *Journal of destination marketing & management*, 8, 194-203.
- Aktaş, F. (2023). *Spor: Sosyolojisi, Sosyalleşme ve Sosyal Bütünleşme*. Spor Bilimleri Üzerine Araştırmalar İçinde. Türkmen, M. ve Uluç, E. A. (edt). Gaziantep: Özgür Yayınları.
- Albayrak, A.A., İmamoğlu, R., Can, İ., İmamoğlu M. (2014). Analyzing short (100 meter) and middle distance (800-1200 meters) running and coordination values according to sports branches of students who take entrance exams to sports high school, *International Journal of Science Culture and Sport*, 2(2): 50-58.
- Altaş, N., Altaş, N. T., Çavuş, A., & Zaman, N. (2015). Türkiye'nin kış turizmi koridorunda yeni bir kış turizm merkezi: konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (31), 345-365
- Argan, M. (2004). “Spor ve Turizm Pazarlamasının Kesişim Noktası Olarak Spor Turizmine Kuramsal Bir Bakış,” *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 158-168.
- Ataş, B., Can, İ. (2022). Diyabet ve spor. Özmutlu, İ., Arı, Y (Editör). *Spor Bilimlerinde Betimsel Metinler*. İstanbul: Efe Akademi; 43-58.
- Aylan, S. (2020). “Turizm Türlerine Profesyonel Yaklaşım”, Sage Yayıncılık Reklam Matbaacılık. s:93-120.
- Bulut, Ç., Duman, S., Şahin, H. M., Duman, G., & Uluç, E. A. (2021). “Spor turizminde inovasyonel yaklaşımlar: E-spor”. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(4), 396-412.
- Can, Z. G., & Değirmen, S. (2017).” Spor organizasyonlarının ekonomik açıdan incelenmesi: Mersin ili örneği”. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 5(4), 91-105.
- Clark, R., & Misener, L. (2015). “Understanding urban development through a sport events portfolio: A case study of London, Ontario”. *Journal of Sport Management*, 29(1), 11-26.
- Çetiner, H. (2022). “Spor turizmi alanında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi”. *Journal of gastronomy, hospitality and travel (online)*, 5(1), 257-268.
- Duman, G., Duman, S., Şahin, H. M., Uluç, E. A., & Bulut, Ç. (2021). “Spor Turizmi ve Gönüllülük”. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(4), 384-395.

- Duman, S., Şahin, H. M., Uluç, E. A., & Bulut, Ç. (2021). "Spor turizminin Türkiye açısından ekonomik boyutu". *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(4), 367-383.
- Dülğaroğlu, O. (2023). "Turizmde Yeni Bir Trend Olarak E-Spor Etkinlikleri". *Küresel Turizm ve Teknoloji Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 1-9.
- Elsaid, H., & Fathallah, M. A. (2023). "Investigating the Potential of E-sports Tourism in New Egyptian Tourism Cities". *International Journal of Tourism, Archaeology and Hospitality*, 3(2).
- Eroğlu, O., & Kaynar, Ö. (2021). "Muş İlinin Spor Turizmindeki Yeri ve Önemi". *Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 12(46), 1041-1059.
- Gedik, Y. (2022). "Bir oyundan daha fazlası: spor pazarlaması avantajları, zorlukları ve stratejileri üzerine kavramsal bir değerlendirme". *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 6(2), 169-187.
- González-García, R. J., Añó-Sanz, V., Parra-Camacho, D., & Calabuig-Moreno, E. (2018). "Perception of residents about the impact of sports tourism on the community: Analysis and scale-validation". *Journal of Physical Education and Sport*, 18(1), 149-156.
- Güdük, T. (2019). "Mersin ilinin spor turizmi potansiyelinin SWOT analizi yöntemiyle incelenmesi." Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.25-29
- <https://www.osmed.com.tr/turizm-nedir/>, Erişim Tarihi:27 Kasım 2023.
- Hu, X., Xu, Y., & Wang, Q. (2022). "Application of Multi-Objective Method in E-Sports Tourism Industry". *Forest Chemicals Review*, 1914-1932.
- Kaya, S., Can, İ. (2022). Fiziksel uygunluk ve Eurofit test bataryası. Yalçın, S. (Editör). *Spor Bilimleri Alanında Uluslararası Araştırmalar V*. Konya: Eğitim Yayınevi; 5-24.
- Keleş, H., & Ateş, A. (2021). "Rekreasyon Ve Turizm Araştırmaları", Çizgi Kitabevi Yayınları 62.
- Kim, Y. H., Nauright, J., & Suveatwatanakul, C. (2020). "The rise of E-Sports and potential for Post-COVID continued growth". *Sport in Society*, 23(11), 1861-1871.
- Knott, B., Fyall, A., & Jones, I. (2015). "The nation branding opportunities provided by a sport mega-event: South Africa and the 2010 FIFA World Cup". *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 46-56.
- Malchrowicz-Moško, E., & Poczta, J. (2018). "A small-scale event and a big impact—Is this relationship possible in the world of sport? The meaning of heritage sporting events for sustainable development of tourism—Experiences from Poland". *Sustainability*, 10(11), 4289.

- Marković, S. S., Perić, M. R., Mijatov, M. B., Dragin, A. S., & Doljak, D. L. (2021). "Attitudes of the local population in border municipalities on development of sport-event tourism". *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(7), 1282-1302.
- Öner, H. (2023). *Stres ve Stresle Başa Çıkma Sporun Önemi*. Spor Bilimleri Üzerine Araştırmalar -III içinde. Uluç, E. A. ve Yıldız, M. (edt). Gaziantrep: Özgür Yayınevi
- Öner, H. (2023). *Narsisizm ve Spor*. Spor Bilimleri Üzerine Araştırmalar -IV içinde. Uluç, E. A. ve Karademir, M. B. (edt). Gaziantrep: Özgür Yayınevi
- Öntürk, Y. (2018). *Spor Ortamında Mobbing* 1. Baskı. Ankara: Gece Akademi.
- Öntürk, Y. (2020). *Spor ve Para 3.Bölüm: Adil oyun ve spor*. Ed. Hasan ŞAHAN. Ankara: Gece Akademi. 31-66
- Ören, T. Ş. (2018). "Spor turizmi aracılığı ile sürdürülebilir destinasyon geliştirme: Hava sporları açısından Uşak ili potansiyeli" Akdeniz Üniversitesi Turizm Ana Bilim Dalı Yayımlanmış Doktora Tezi.8-11.
- Pirci, T. K., Dalgıç, A. (2021). "E-Spor ve Turizm İlişkisi: Organizatörler ve Katılımcılar Gözünden Bir Değerlendirme". *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 108-124.
- Salıcı, O., Özdaşlı, K. (2016). "Türkiye spor turizminde masa tenisinin yeri". Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3(2), 36-46.
- Silik, C. E., & Güçer, E. (2016). "Uluslararası spor organizasyonlarının sosyo-kültürel etkileri: 2013 mersin xvii. Akdeniz oyunlarına yönelik bir uygulama". *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(36), 97-115.
- Songün, Y., Albayrak, AA., Katkat, D., Bayrakdaroğlu, S., Can, İ. (2016). Analyzing restrictive elements of leisure time physical activities: Gümüşhane university sample, *SHS Web of Conferences*, 31: 1-8.
- Şebin, K. (2019). "Spor ve turizm ilişkisi". Nobel Akademik Yayıncılık, s:61-62
- Şengel, Ü. (2019). "Türkiye'nin turizm talebini etkileyen faktörlerin sosyo-ekonomik açıdan ampirik olarak değerlendirilmesi". Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yayımlanmış Doktora Tezi.98-110
- Tanriverdi, H. (2012). "Spor ahlakı ve şiddet". *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5(8), 1071-1093.
- Tarakçı, İ. E., & Baş, M. (2018). "Bütünleşik pazarlama iletişimi spor sponsorluğu ve tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisi". *Third Sector Social Economic Review*, 53(1), 291-326.
- Tomino, A. C., Perić, M., & Wise, N. (2020). "Assessing and considering the wider impacts of sport-tourism events: A research agenda review of sus-

- tainability and strategic planning elements”. Sustainability, 12(11), 4473. (Tomino, Perić,Wise,2020)
- Toramanlı, G. (2016). “Spor turizminin ülkelerin ekonomilerine katkıları”. Proceedings book, 615.
- Turgut, F. (2021). “Akçakoca’nın Spor Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi”. Journal of Academic Tourism Studies, 2(1), 45-60.
- Turgut, F. (2021). “Turizm işletmeciliği lisans öğrencilerinin spor turizmine ilişkin tutumlarının incelenmesi”. Uluslararası İşletme Bilimi ve Uygulamaları Dergisi, 1(2), 54-66.
- Yasun, E., & Kaynar, Ö.(2022). “Muş’un spor turizmi potansiyeli”.Duvar Yayınları.
- Yeşil, M. (2015).“Antayla’da spor turizmi: mevcut durumun tespiti”. Or Bilimleri Dergisi, 6(4), 384-395.

