

Spor Turizmi ve Spor Etkinlikleri Üzerine Bir Derleme

Arif ÇETİN¹ 

Öz

Küresel turizm endüstrisinin en hızlı büyüyen segmentlerinden biri olan spor turizmi 1,7 trilyon dolarlık mevcut tahmini değeriyle genişlemeye devam etmektedir. Spor etkinliklerine katılan turistlerin katılım sayısında ve harcamalarda artış ev sahibi destinasyona ekonomik faydalar sağlar. Olimpiyatlar ve Dünya Kupaları gibi büyük ve orta ölçekli spor etkinlikleri, turistik destinasyonların sürdürülebilir ekonomik kalkınmasına katkıda bulunmaktadır. Geleneksel derleme yöntemi ile oluşturulan bu çalışmada; Google Scholar, Web of Science ve Scopus veri tabanlarındaki spor turizmi ve spor etkinlikleri anahtar kelimeleri kullanılarak spor etkinliklerinin spor turizmine etkisi literatürde yapılan çalışmalara bağlı olarak incelenip değerlendirilmiştir. Çalışmada öncelikle spor turizmi ve spor etkinlikleri sektörleri kapsamlı bir şekilde incelenmiş, ardından bu alanlarla ilgili kavramlar analiz edilmiştir. Ayrıca, araştırmada spor turizmi ve spor etkinlikleri alanıyla ilgili güncel akademik çalışmalar ve konular da ele alınmıştır. Sonuç olarak, kalite yönetimi, seyahat motivasyonları, ortaklıklar, kültürel değişim ve sürdürülebilir kalkınma, spor etkinlikleriyle ilişkili turizmin olumlu sonuçlar için dikkate alınması gereken önemli yönleridir. Dikkatli bir planlama ve uygulama ile spor turizmi, turizm endüstrisinin yanı sıra etkilediği toplumlar ve çevreler üzerinde de olumlu bir etkiye sahip olabilir.

Anahtar kelimeler: Spor Turizmi, Büyük Spor Etkinlikleri, Geniş Katımlı Spor Etkinlikleri, Sürdürülebilirlik

A Review on Sports Tourism and Sports Events

Abstract

Sports tourism is a rapidly expanding sector within the global tourism industry, with a current estimated value of \$1.7 trillion. The host destination may benefit from economic benefits through the augmentation of tourist attendance and spending at sporting events. Major sports events, including the Olympics and World Cups, have been shown to have a positive impact on the sustainable economic development of tourist destinations. The present study employs a literature review methodology to elucidate the associations between sports tourism and sports events. This study implemented the traditional review method to investigate the influence of sport events on sport tourism. The analysis was based on a comprehensive examination of existing literature, utilising the keywords "sport tourism" and "sport events" in prominent databases such as Google Scholar, Web of Science, and Scopus. Furthermore, the study explores contemporary academic research and pertinent concerns pertaining to the realm of sports tourism and sporting events. To summarise, tourism linked with sports events necessitates consideration of various factors such as quality management, travel motivations, partnerships, cultural exchange, and sustainable development to achieve favorable outcomes. Through meticulous strategizing and execution, sports tourism can yield favorable outcomes for both the tourism sector and the various communities and ecosystems it impacts.

Keywords: Sports Tourism, Mega Sports Events, Mass Participants Sports Events, Sustainability.

¹ Marmara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, İstanbul-Türkiye. <https://orcid.org/0000-0002-7430-4803> , arif.cetin@marmara.edu.tr

Atıf/Citation: Çetin, A. (2023). Spor Turizmi ve Spor Etkinlikleri Üzerine Bir Derleme. *Türkiye Spor Bilimleri Dergisi*. 7 (1), 48-58.

Geliş Tarihi: 06.05.2023

Kabul Tarihi: 25.06.2023

Türkiye Spor Bilimleri Dergisi

GİRİŞ

Spor turizmi, küresel turizm endüstrisi içinde en hızlı büyüyen sektörlerden bir tanesi olup küresel spor endüstrisinin tahmini büyüklüğü 1,7 trilyon dolardır. Ulusal Spor Komisyonları Birliği'ne göre, Amerika Birleşik Devletleri'nde spor turizmi ile ilgili ziyaretçi harcamaları 8,96 milyar dolardır ve yıllık 25,65 milyon spor ziyaretçisi bulunmaktadır. Spor turizminin 800 milyar dolar değerinde olduğunu ve uluslararası seyahat ve turizm gelirlerinin %10'undan fazlasını oluşturduğu tahmin edilmektedir. Bu büyüme kısmen 2018 Pyeongchang Kış Olimpiyat Oyunları, 2019 Rugby Dünya Kupası ve her ikisi de Japonya'da düzenlenen Tokyo 2020 Olimpiyat Oyunları gibi son etkinliklerden kaynaklanıyor olabilir (Melo, Sobry ve Van Rheenen, 2019).

Koşu etkinliklerine katılım da dünya çapında artmaktadır. Yarışları bitirenlerin sayısı 2000 yılından bu yana iki kattan fazla artmıştır ve yarışların sayısı da artmıştır. Yol koşuları için ortalama bitiş süresi son yıllarda yavaşlamıştır, bu da daha fazla amatör koşucunu yarışlara katıldığı göstermektedir. Yol koşuları kategorilerinde arasında Maraton en popüler yarış mesafesidir. Bu kategoriyi yarı maraton ve 10 kilometre kategorileri takip etmektedir. Patika koşuları ve ultramaratonların popülaritesi de artmakta olup bu etkinlikler daha deneyimli ve rekabetçi koşucuların ilgisini çekmektedir. Koşu turizmindeki kayda değer artış, öncelikle rekabetçi koşuların aksine rekreasyonel koşuların büyümesinden kaynaklanmaktadır (Andersen, 2019).

1986'dan 2018'e kadar 70.000 etkinliği ve yaklaşık 108 milyon yarış sonucunu kapsayan, rekreasyonel koşu üzerine şimdiye kadar yapılmış en büyük küresel analizde, koşucu sayısı son iki yıldaki düşüşe rağmen son on yılda %58 oranında (5 milyondan 7,9 milyona) artmıştır (Andersen, 2019).

Türkiye, 550.000'den fazla yabancı turist için spor faaliyetlerine katılması ve ülkede 900 milyon doların üzerinde harcama yapmasıyla spor turizmi için popüler bir destinasyon olarak ortaya çıkmıştır. Futbol ve golf,

yaklaşık 1.200 futbol takımı ve 160.000'den fazla golfçünün ülkeye gelmesiyle Türkiye'deki en popüler sporlar arasında yer almaktadır. Sadece futbol eğitim kamplarından elde edilen doğrudan gelir 100 milyon doların üzerindedir. Küresel Spor Endeksi'nde 14. sırada yer alan Türkiye, son 8 yılda düzenlenen 14 büyük uluslararası spor etkinliğiyle spor meraklıları için tercih edilen bir destinasyon haline gelmiştir (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, 2014). Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin %63'ü Türkiye'ye "gezi, eğlence, spor ve kültürel faaliyetler" için geldiği anlaşılmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023).

Son yıllarda Türkiye hem maraton hem de yol yarışı etkinliklerinde oldukça popüler hale geldi. Türkiye'nin en önemli yol koşusu etkinliklerinden biri olan İstanbul Maratonuna 2008 yılında 7630 sporsever katılırken bu sayı 2019 yılında 37.000'e yükselmiştir. 2019 yılında başlayan COVID-19 pandemisinde doğal olarak bu sayı 2000'e kadar düşmüş olup, 2022 yılında 30.000 katılımcı söz konusu maratona katılım göstermiştir (Demir ve Çetin, 2022).

Araştırmanın Amacı

Geleneksel derleme yöntemi ile oluşturulan bu çalışmada; Google Scholar, Web of Science ve Scopus veri tabanlarındaki spor turizmi ve spor etkinlikleri anahtar kelimeleri kullanılarak spor etkinliklerinin spor turizmine etkisi literatürde yapılan çalışmalara bağlı olarak incelenip değerlendirilmiştir.

Spor Turizmi

Spor turizmi, spor faaliyetlerine katılmak veya spor etkinliklerini izlemek için seyahat etmeyi içeren bir turizm türüdür (Lau, Kabu ve Putro, 2022). Turizm endüstrisinin hızla büyüyen bir segmentidir ve ev sahibi şehirler üzerinde sosyal, çevresel ve ekonomik etkileri nedeniyle artan bir ilgi görmektedir (Hritz ve Ross, 2010). Spor turizminin gelişimi, turizm sektörünün kapsamını genişletmiş, yeni fırsatlar yaratmış ve turizm endüstrisinin

büyümesini hızlandırmıştır (Hassan, Harun ve Ahmad, 2019). Spor turizmi, aktif yaşamı teşvik ettiği ve turistlerin aktif yaşama yönelik davranış değişimini desteklediği için sürdürülebilir destinasyonlar için de itici bir güç olarak görülmektedir (Morfoulaki vd., 2023).

Spor turizmi, spor etkinliklerine katılmak veya bu etkinlikleri izlemek amacıyla yapılan seyahatleri içeren ve hızla büyüyen bir endüstridir. Bu alan, spor turizminin destinasyonlar ve toplumlar üzerindeki ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine odaklanılarak akademik literatürde kapsamlı bir şekilde araştırılmıştır. Spor turizmi sert ve yumuşak olmak üzere iki çeşittir (Gammon ve Robinson, 2003). Sert spor turizmi, Olimpiyat Oyunları, FIFA Dünya Kupası ve Formula 1 gibi bir grup etkinliğine tanıklık etmek üzere çok sayıda ziyaretçiyi belirli bir yere çekmek için tasarlanmış aktif spor turizmi ile ilgilidir. Yumuşak spor turizmi ise rekreasyonel bir ortama katılmak için seyahat eden veya yürüyüş, kayak, rafting gibi boş zaman aktivitelerine katılan turistleri ifade eder. (Singh, Dash ve Vashko, 2016).

Spor turizmi üzerine yapılan ilk çalışmalardan biri Gibson (1998) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmada, spor turistlerin temel motivasyonları belirli bir spora katılma arzusu, yeni destinasyonları ve kültürleri deneyimleme ile sosyalleşme fırsatı olarak belirlenmiştir.

Spor turizmi literatüründeki ana temalardan biri, bu faaliyetin destinasyonlar üzerindeki ekonomik etkisidir. Birçok çalışma, spor turizminin yerel topluluklara sağlayabileceği artan istihdam olanakları, yerel işletmeler için daha yüksek gelirler ve hükümetler için artan vergi gelirleri gibi olumlu ekonomik faydaları ortaya koymuştur (Higham ve Hinch, 2002).

Spor turizminin bir diğer önemli araştırma alanı da sosyal ve kültürel etkileridir. Araştırmalar, spor turizminin insanları bir araya getirebildiğini ve kültürel alışverişi teşvik ederek farklı kültürlerin daha fazla anlaşılmasına yol açtığını göstermiştir. Çevresel sürdürülebilirlik, spor turizmi literatüründeki bir diğer önemli konudur. Spor turizminin çevresel etkileri, artan enerji

tüketimi, atık üretimi ve karbon emisyonları hakkında olabilir. Son yıllarda; karbon emisyonlarının azaltılması, yerel kaynak kullanımının teşvik edilmesi ve atık üretiminin en aza indirilmesi gibi sürdürülebilir spor turizmi uygulamalarının teşvik edilmesine giderek daha fazla odaklanılmaktadır (Gibson, 2004).

Son olarak, spor turizmi için pazarlama stratejileri, spor turistlerinin motivasyonlarını anlamaya ve onları spor etkinliklerine çekmek için etkili pazarlama kampanyaları geliştirmeye odaklanarak kapsamlı bir şekilde incelenmiştir. Çalışmalar, etkili pazarlama stratejilerinin bir destinasyonun spor etkinlikleri, kültürel çekicilikleri ve doğal çevresi gibi benzersiz yönlerine odaklanması gerektiğini göstermiştir (Gibson, 2017).

Genel olarak, spor turizmi literatürü, hızla büyüyen bu sektörle ilgili potansiyel faydaları ve zorlukları vurgulamaktadır. Spor turizmi destinasyonlara ekonomik, sosyal ve kültürel faydalar sağlayabilirken, etkili bir şekilde yönetilmediği takdirde olumsuz etkileri de olabilir. Sonuç olarak, spor turizminin olumlu etkilerini en üst düzeye çıkarmak için sürdürülebilir uygulamaları teşvik etmeye ve etkili pazarlama stratejileri geliştirmeye giderek daha fazla odaklanılmaktadır.

Geniş Katılımlı Spor Etkinlikleri ve Spor Turizmi

Mega spor etkinliklerini organize etmek çok zorlu bir rekabeti beraberinde getirir. Bu rekabetin sonucu olarak, birçok şehir koşu gibi yüksek alt yapı yatırımı gerektirmeyen ve rekreatif katılıma yönelik etkinliklere yönelmektedir. Birkaç yıldır küçük ve orta ölçekli bu etkinliklerinin (maratonlar ve yarı maratonlar gibi) turistik destinasyonların sürdürülebilir ekonomik gelişimine başarılı bir şekilde katkıda bulunabileceği tartışılmaktadır (Taks vd., 2018).

Dünya çapında birçok şehirde gerçekleşen koşu etkinlikleri spor turizmine olumlu katkılar sağlar. Bunların başında ise Avrupa'da organize edilen maraton etkinlikleri gelir. Birçok koşu meraklısı Londra, Berlin, Atina, Paris, Roma, Prag başta olmak üzere Avrupa'nın birçok önde gelen şehirlerindeki yol koşularına katılır

(Malchrowicz-Moško ve Poczta, 2019). Ülkemizde de İstanbul Maratonu ve İstanbul Yarı Maratonu gibi yol koşularında on binlerce rekreatif koşucu bu etkinliklere katılmaktadır (Demir ve Çetin, 2022).

Koşu temelli spor turizmi, yol yarışlarına katılmak veya bir destinasyonda koşu faaliyetlerinde bulunmak için seyahat etmeyi içeren bir spor turizmi türüdür. Yapılan bir çalışmada, ikamet ettikleri yerdeki yerel koşucular ve spor turistleri olmak üzere iki farklı grubun yarı maratona katılma motivasyonları incelenmiştir. Koşu turizminin popüleritesindeki artış, koşucuları günlük ikamet yerlerinin dışında fiziksel aktivitede bulunmaya teşvik etmiştir. Çalışma, spor turistlerinin etkinliğin zorluğu ile daha fazla motive olduğunu, yerel koşucuların ise sosyal ve sağlıkla ilgili faktörlerle daha fazla motive olduğunu ortaya koymuştur (Malchrowicz-Moško ve Poczta, 2019).

Koşu temelli spor turizmi, aktif yaşamı teşvik ettiği ve turistlerin aktif yaşama yönelik davranış değişimini desteklediği için destinasyonlar üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Başka bir çalışmada, bölge sakinlerinin özel etkinlik turizminin destinasyon üzerindeki sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerine ilişkin algılarını incelemiştir. Çalışma, bölge sakinlerinin spor turizminin ekonomik faydalar, artan trafik ve çevresel etkiler de dahil olmak üzere toplumları üzerindeki hem olumlu hem de olumsuz etkilerini algıladıklarını ortaya koymuştur (Hritz ve Ross, 2010).

Koşu temelli spor turizminin de katılımcıların sağlığı ve refahı üzerinde olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir. Çetin ve Doğaner'in (2021) İstanbul Maratonu'na katılanların memnuniyetini organizasyon sırasında harcanan maliyet kalemleri ile karşılaştıran çalışmanın araştırma bulgularında yurt dışından gelen katılımcılar arasında etkinlik sürecindeki en baskın maliyet kalemi ile başlangıç ve bitiş organizasyonları olurken hem yurt dışından gelen hem de yerel katılımcılar arasında en az baskın maliyet kalemi para ödülü olmuştur. Bunun sebebi ise katılımcıları motive eden faktörlerdir. Örneğin, Çetin'in (2019) çalışması, triatletlerin Ironman Yarışlarına katılımını motive eden en yüksek faktörün yaşam

memnuniyeti ve başarı algısı olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, Çetin ve Özman'ın (2019) çalışmasında ise erkek ultra maratoncularda benlik saygısı, psikolojik başa çıkma ve yaşamı anlamlandırma alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Spor Etkinlik Turizmi ve Toplam Kalite Yönetimi (TKY)

Turizm sektörü, uzun zamandır kalite yönetimiyle ilgilenmektedir (Johns, 1996). Sutton'a (2009) göre, turizm sektörünün doğasındaki çetin rekabet ortamından dolayı kalite yönetimi turizm işletmeleri için önemli bir performans hedefi haline gelmiştir. Dolayısıyla bu konuyla ilgili bir çok araştırma yapılmıştır. Turizm ve spor alanıyla ilgili TKY literatür benzerlikler göstermektedir. Birçok yazar bütünsel kalite modellerinin turizm sektörüne uygulanabilirliğini savunmaktadır (García, Brea, ve del Río Rama, 2013; Patiar, Davidson ve Wang, 2012).

Örneğin, golf sahalarında tüketici algılarını kullanarak performans ve kaliteli hizmet göstergeleri tanımlanmıştır. Bu göstergeler kullanılarak yöneticilere, çalışanlara ve müşterilere yönelik bir kalite değerlendirme modelini sunulmuştur (Crilley vd., 2002). Son olarak, spor etkinliklerinde risk kontrol faaliyetlerinin düzenlenmesi ve standartlarının belirlenmesine yönelik çalışma yapılmıştır (De Knop, 2004). Dolayısıyla, operasyonel performansı ve hizmet kalitesini ölçmek için önerilen yukarıdaki araç spor endüstrisine değerli bir katkı sağlayabilir.

Sporda Etkinlik Turizmi ve Kültürel Miras

Spor mirası giderek artan bir şekilde turizm kaynağı olarak da kullanılmaktadır. Spor müzeleri, spor stadyumları ve spor salonları ve spor etkinlikleri gibi alanlar, spor mirasını içeren turistik cazibe merkezlerine birkaç örnektir (Ramshaw ve Hinch, 2006).

Spor mirası ve spor etkinliği turizmi de son yıllarda giderek daha popüler hale gelmiştir. Boonsiritomachai ve Phonthanukitithaworn'un (2019) çalışmasının amacı, toplumun spor etkinliği verdiği desteğin turizmi olumlu bir şekilde etkilediğini ortaya koymuştur.

Malchrowicz-Moško ve Poczta (2019) tarafından yapılan bir başka çalışmada, turizmin sürdürülebilir gelişimi için spor etkinlikleri ve miras kavramları araştırılmıştır. Araştırmada, küçük ölçekli etkinliklerin bir destinasyonda turizmin gelişimi üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceğini ve spor etkinliklerinin turistik destinasyonların sürdürülebilir kalkınmasına katkıda bulunabileceğini ortaya koymuştur.

Sporda Etkinlik Turizmi ve Değer Yaratma

Spor turizmi ve spor etkinlikleri, turistlerin davranışsal niyetleri, yerel toplulukların gelişimi ve sürdürülebilir turizmin teşviği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Spor turizmi etkinlikleri, destinasyon imajı ve algılanan değer, turistlerin davranışsal niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Boonsiritomachai ve Phonthanukitithaworn, 2019). Spor etkinliği imajı, destinasyon imajı, etkinlikten duyulan memnuniyet, etkinlik ve destinasyonla ilgili geçmiş deneyim, destinasyonu tekrar ziyaret etme niyeti ve spor turistlerinin daha sonra tekrar ziyaret etme davranışları arasındaki karşılıklı ilişkileri inceleyen teorik bir model önerilmiş ve test edilmiştir (Kaplanidou ve Vogt, 2007). Küçük ve orta ölçekli spor etkinlikleri, mega spor etkinliklerine kıyasla ev sahibi toplumlar için daha olumlu sosyal etki ve sonuçlar için fırsatlar sunmaktadır (Taks vd., 2018). Küçük ölçekli spor etkinlikleri, yerel toplumda sürdürülebilir turizmi geliştirmenin uygun bir yolu olarak ev sahibi şehirde turizmi teşvik etmek için güçlü bir kaynaktır (Fernández-Martínez vd., 2022). Küçük ve orta ölçekli spor etkinliklerinin sürdürülebilir turizmi teşvik etmenin ve ev sahibi toplumlar için olumlu sosyal etkiler yaratmanın etkili bir yolu olduğu kanıtlanmıştır. Yerel kaynaklardan yararlanarak ve topluluk üyeleriyle etkileşim kurarak, küçük ölçekli etkinlikler sosyal sermaye oluşturmaya, kültürel alışverişi teşvik etmeye ve ekonomik kalkınmayı desteklemeye yardımcı olabilir.

Sporda Etkinlik Turizmi ve Sosyal Etkiler

Küçük ölçekli spor etkinlikleri, ev sahibi toplum için sosyal etkiler açısından büyük etkinliklerden daha olumlu yansımalara sahip olabilir (Duglio ve Beltramo, 2017). Düzenli

olarak organize edilen aktif katılım temelli spor turizmi etkinliklerinde ziyaretçi harcamalarının ekonomik etkileri tahmin edilebilir ve karşılaştırılabilir bir yapıdadır (Daniels ve Norman, 2003). Örneğin, Malezya'da uluslararası ve turistlerin katılımı ve tercihleriyle yakından ilgili olan ekstrem spor destinasyonunun gelişimi, Malezya turizm endüstrisinin büyümesini hızlandırmıştır (Watanabe vd., 2018). Küçük ölçekli spor etkinlikleri, yerel toplumda sürdürülebilir turizmi geliştirmenin uygun bir yolu olarak, ev sahibi şehirde turizmi teşvik etmek için güçlü bir kaynaktır (Fernández-Martínez vd., 2022). Spor etkinlikleri, ekonomi ve sosyal faydaların geliştirilmesi için bir uyarıcıdır (Chersulich, Peric ve Wise, 2020). Spor etkinliklerinin düzenlenmesi, ev sahibi bölgede turizmin gelişmesini büyük ölçüde teşvik edebilir ve ev sahibi bölgenin ekonomik, sosyal ve çevresel faydalarının kapsamlı bir şekilde iyileştirilmesini sağlayabilir (Crespo Sogas, 2021). Spor turizmi, turistlerin ilgisini çekerek bireylerin yaşam kalitesini artıracak ve yerel toplulukların ekonomik refahına katkıda bulunacaktır (Cahyadi, Suherlan ve Dewantara, 2021). Sonuç olarak, etkili planlama ve yönetim yoluyla spor turizmi, hem turistlere hem de ev sahibi toplumlara fayda sağlayan sürdürülebilir ve gelişen bir endüstri yaratabilir. Bu nedenle, hükümetlerin ve paydaşların bu sektöre yatırım yapmaları ve ekonomik büyüme ve kalkınmanın temel itici gücü olma potansiyelinin farkına varmaları önemlidir. Bu sayede spor turizminin önümüzdeki yıllarda da küresel turizme değerli bir katkı sağlamaya devam etmesini temin edebilirler.

Spor Etkinlik Turizmi ve Ekoturizm

Turistlerin çevreyi koruma kaygıları nedeniyle çevre dostu spor faaliyetlerini tercih etmeleri muhtemeldir. Destinasyonların ülkelerine ziyaretçi çekmek için spor etkinliklerine daha bağımlı hale gelmeleri şartıdır (Klaus ve Maklan, 2011).

Ekoturizm organizatörlere, özel korunan alanlarda spor etkinlikleri hizmeti sunarak tursitlere unutulmaz deneyimler yaşayabilecekleri eşsiz bir fırsat sunmaktadır. Bu hizmet sürecinde ise çevrenin korunmasını

da içeren rehberlerin uygulanması önemlidir. Bu nedenle küresel bir sertifikasyon standardının uygulanması ve hayata geçirilmesi, ziyaretçi çekmek isteyen organizatörler için bir rehber görevi görebilir. Bu rehber, katılımcıların organizatörlere olan güvenini artırır (Singh, Dash ve Vashko, 2016).

Sporda Etkinlik Turizmi ve Ekonomik Etki

Spor turizminin ekonomik etkileri literatürde geniş bir şekilde araştırılmıştır. Birçok çalışma, spor turizminin destinasyonlara artan istihdam olanakları, yerel işletmeler için daha yüksek gelirler ve ülkeler için artan vergi gelirleri dahil olmak üzere önemli ekonomik faydalar sağlayabileceğini göstermiştir (Higham ve Hinch, 2002). Örneğin, büyük spor etkinliklerine ev sahipliği yapmak ziyaretçi sayısında ve harcamalarda artışa yol açabileceği gibi konaklama, yiyecek-içecek ve ulaşım gibi alanlarda yeni iş imkânlarının yaratılmasını da sağlayabilir (Getz, 2008).

Bazı ülkelerde veya bölgelerde, turizm faaliyetleri ekonomik büyümeyi teşvik etmenin önemli bir yolu olarak görülmektedir ve ekonomi üzerindeki etkileri farklı bölgelerde değişiklik göstermekle birlikte, daha az gelişmiş bölgelerde çok daha fazladır. Bir ülke turizm endüstrisinin yarattığı reel gayrisafı yurtiçi hasılaya daha fazla bağımlı hale geldiğinde, spor turizminin ekonomik etkisi de artmaya devam eder (Ziakas ve Costa, 2011). Swarbrooke (2002) spor etkinliklerinin turizm merkezlerinin gelişimini ve yatırımlarını teşvik edebileceğini belirtmektedir.

Spor turizmi etkinliklerinin ekonomik etkisinin fayda-maliyet yaklaşımı kullanılarak doğru bir şekilde analiz edilebileceğini vurgulanmaktadır. Buna karşılık, spor turizmi etkinliklerinin ev sahibi şehrin ekonomisi, sosyo-kültürel yapısı ve fiziksel çevresi üzerinde enflasyon, turizm gelirlerine aşırı bağımlılık, hükümetin mali durumunun bozulması, kaotik bir işgücü piyasası ve dış maliyetlerde artış gibi olumsuz etkileri de olabilir (Barker, Page ve Meyer, 2002). FIFA Dünya Kupası gibi mega spor etkinliklerinde, organizatörler kupanın ekonomik faydalarını abartma ve olumsuz etkilerini de göz ardı etme eğilimindedir (Kim, Gursoy ve Lee,

2006). Mega spor etkinlikleri ev sahibi ülkenin ekonomisine önemli bir ivme kazandırır, ancak alt yapı yatırımları, dev işlevsiz tesisler, bütçe aşmaları gibi olumsuz etkileri de olabilir. Organizatörlerin ve yerel makamların bu dışsal maliyetleri dikkatle planlamaları ve böyle bir etkinliğe ev sahipliği yapmanın ekonomik faydalarını değerlendirmeleri önemlidir.

Sporda Etkinlik Turizmi ve Sosyo-ekonomik Etki

Turizm gelişiminin sosyokültür üzerindeki etkileri arasında insanların yaşamlarını istikrara kavuşturmak, toplumsal uyumu geliştirmek, insanlara uygun eğlence fırsatları sunmak, kişinin yaşadığı çevreyi tanımasını sağlamak ve kişinin memleketiyle ilişki kurması yer almaktadır. Yerel halk genellikle turizmin bölgesel ekonominin gelişmesini sağlayabileceğini, kültürel alışverişi güçlendirebileceğini ve daha fazla rekreasyon fırsatı sunabileceğini düşünse de, yüksek tüketim maliyetleri, trafik sıkışıklığı ve artan suç oranları gibi ele alınması gereken olumsuz olaylara da neden olabilir (Dyer, Gürsoy, Sharma ve Carter, 2007).

Başarılı bir mega spor etkinliği, ev sahibi şehrin imajını iyileştirmek, spor etkinlikleri için daha fazla fırsat yaratmak ve daha fazla yabancı turist çekmek gibi olumlu faydalar sağlayabilse de, trafik sorunu ve yerel halk ile yabancı turistler arasındaki çatışmalar gibi olumsuz etkilere de neden olabilir (Kim ve Petrick, 2005).

Londra 2012 Olimpiyat Oyunları'nda yerel sakinlerin etkinliği desteklemelerine rağmen trafik sıkışıklığı ve potansiyel sosyal maliyetler konusunda oldukça endişeli olduklarını tespit edilmiştir (Ritchie vd., 2009).

Sporda Etkinlik Turizmi ve Destinasyon

Spor, destinasyonlara anlam kazandırmadaki rolüyle tanınırken, turizm tanımı gereği mekânsaldır ve destinasyonlar mekânın odak noktasıdır. Spor turizmi bir destinasyona bağlı bir fiziksel aktivite deneyimi olarak tanımlanır (Lewicka, 2011). Fakat, spor ve destinasyon ile ilişkili yapılan araştırma sayısı ise azdır ve yeni bulgular, spor etkinlikleri ile yer

arasındaki bağlantının her zaman doğrudan veya olumlu olmadığını ortaya koymaktadır (Gammon, 2015). Örneğin yapılan bir araştırmada, spor etkinliklerine katılan turistlerin, ev sahibi şehirden ziyade etkinlik alanına duygusal bir bağ kurma olasılığı daha yüksek olduğu ve spor etkinliklerinin düzenlendiği bir şehri ziyaret eden turistlerin tekrardan aynı şehri ziyaret etme olasılığının düşük olduğu tespit edilmiştir (Kirkup ve Sutherland, 2017).

Spor Etkinliklerinde Katılımcıların Seyahat Motivasyonu

Seyahat motivasyonlarını anlamının önemi üç ana kategori altında özetlenmiştir. Bunlar; (1) turistlerin seyahat motivasyonlarını anlamak, destinasyon pazarlamacılarının daha iyi ürün ve hizmetler yaratmasını sağlayacaktır; (2) turizm deneyimlerinden duyulan memnuniyet, turistlerin başlangıçtaki motivasyonları ile içsel olarak bağlantılıdır; (3) belirli bir destinasyonu seçmenin ardındaki nedenleri belirlemek, destinasyon pazarlamacılarının turistlerin karar verme sürecini daha iyi anlamalarına yardımcı olacaktır (Crompton ve McKay, 1997).

Etkinlik organizatörleri, insanların seyahat etme kararlarına hangi unsurların etkili olduğunu tespit ederek, katılımcıların ihtiyaç ve isteklerini karşılayacak daha iyi ürün ve hizmetler oluşturabilirler. Çünkü müşteri memnuniyeti turistlerin belirli bir destinasyonu seçmelerindeki tercihlerinin başında gelmektedir.

Spor Etkinlik Turizmi ve Spor Ağları

Özellikle geniş katılımlı spor etkinliklerinde organizatörlerin spor etkinliklerinde uzmanlaşmış tur operatörleri ve sosyal fayda sağlamayı hedefleyen kar amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlarla stratejik ortaklıklar kurmalıdır.

Organizatörler, tur operatörleriyle işbirliği yaparak katılımcıların havalimanı transferi, yarış kit teslimi, antrenman desteği gibi yüksek kaliteli organizasyon düzenlemelerine ve konaklamaya erişebilmelerini sağlayabilirler. Bu, etkinliğin genel deneyimini geliştirmeye ve yurt dışından daha çok ziyaretçi çekmeye yardımcı olabilir.

Ayrıca, kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla ortaklık kurmak, etkinliğin ve katılımcıların değerleriyle uyumlu sosyal girişimleri için fırsatlar sağlayabilir. Bu ortaklıklar etkinlik için olumlu bir miras yaratılmasına yardımcı olabilir. Organizatörler bu tür kuruluşlarla birlikte çalışarak, genel olarak daha başarılı ve etkili bir etkinlik oluşturmak için onların uzmanlıklarından ve kaynaklarından yararlanmalıdır.

Spor Etkinlik Turizmi ve Sosyo-kültürel Etkiler

Spor turizminin destinasyonlar üzerinde olumlu sosyal ve kültürel etkileri de olabilir. Bu olumlu etkilerinden biri, insanları bir araya getirmesi ve kültürel alışverişi teşvik ederek farklı kültürlerin daha fazla takdir edilmesine ve anlaşılmasına yol açmasıdır. Spor etkinlikleri aynı zamanda yerel toplulukların kültürlerini ve geleneklerini ziyaretçilere sergilemeleri için fırsatlar sunarak kültürel çeşitliliğin teşvik edilmesine de yardımcı olabilir (Richards ve Wilson, 2007).

Sporun geniş kapsamlı ve çeşitli olumlu etkileri vardır. Kültürel alışverişi teşvik etmekten fiziksel ve zihinsel sağlığı geliştirmeye kadar, spor insanları bir araya getirme ve bireylerde, topluluklarda ve bir bütün olarak toplumda olumlu değişimi teşvik etme kapasitesine sahiptir. Bu faydaların herkes için erişilebilir olması için spor programlarını ve etkinliklerini desteklemeye ve bunlara yatırım yapmaya devam etmek çok önemlidir.

Spor Etkinlik Turizmi ve Çevresel Etkiler

Spor turizminin destinasyonlar üzerinde önemli çevresel etkileri de olabilir. Birçok çalışma, spor etkinliklerinin enerji tüketiminin, atık üretiminin ve karbon emisyonlarının artmasına neden olabileceğini göstermiştir. Sonuç olarak, spor turizminin çevresel sürdürülebilirliği konusunda artan bir endişe söz konusudur ve birçok destinasyon artık çevresel etkilerini azaltmak için daha sürdürülebilir uygulamalar benimsemektedir (Gibson, 2017).

Dolayısıyla spor turizminin çevre üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu açıktır. Destinasyonlara ekonomik faydalar

sağlayabildiği gibi, enerji tüketiminin, atık üretiminin ve karbon emisyonlarının artmasına da yol açabilir. Bu endişeleri gidermek için, birçok destinasyon artık çevresel etkilerini azaltmak için daha sürdürülebilir uygulamalar benimsemektedir. Bu uygulamalar arasında çevre dostu ulaşım seçeneklerinin teşvik edilmesi, su kullanımının azaltılması, atık ve karbon ayak izini azaltma programlarının uygulanması gibi tedbirler yer almaktadır. Destinasyonlar bu adımları atarak spor turizminin çevre üzerindeki olumsuz etkisini en aza indirirken ekonomik fayda sağlamaya devam etmesini sağlayabilir. Sonuç olarak spor turizminin başarısı, destinasyonların çevresel sürdürülebilirliği dengeleme becerisine bağlı olacaktır.

Spor Etkinlik Turizmi ve Pazarlama Stratejileri

Etkili pazarlama stratejileri, spor turizmi destinasyonlarını tanıtmak ve ziyaretçi çekmek için çok önemlidir. Araştırmalar, etkili pazarlama stratejilerinin bir destinasyonun spor tesisleri, kültürel çekicilikleri ve doğal çevresi gibi benzersiz yönlerine odaklanması gerektiğini göstermiştir. Buna ek olarak, spor turizmi pazarlamacıları, spor turistlerinin belirli bir spora katılma, yeni destinasyonlar ve kültürler deneyimleme ve benzer düşünen bireylerle sosyalleşme arzusu gibi motivasyonlarını da göz önünde bulundurmalıdır (Gibson, 1998).

Turistlerinin motivasyonlarını anlamak, onların ilgi ve arzularına hitap eden özel pazarlama stratejileri oluşturmak için çok önemlidir. Destinasyonlar, spor turistlerinin ihtiyaç ve tercihlerini karşılayarak daha fazla ziyaretçi çekebilir, gelir elde edebilir ve önde gelen spor turizmi destinasyonları olarak itibarlarını artırabilir.

Spor Turizm Etkinlikleri ve Sürdürülebilirlik

Yerel halkın turizm gelişimine verdiği desteği anlamak, yerel yönetimler, politika yapımcılar ve işletmeler için çok önemlidir. Geliştirilmekte olan herhangi bir faaliyetin başarısı ve sürdürülebilirliği yerel politika yapımcıların desteğine bağlıdır (Nunkoo ve Gürsoy, 2016). Bu nedenle araştırmacılar, bu algılanan etkileri ve ardından kalkınmaya

verilen desteği etkileyebilecek faktörleri araştırmışlardır. Belirli bir ortamda, turizm sektörünün sürdürülebilir kalkınması için yerel halkın desteğinin ve katılımının çok önemli olduğunu belirtmiştir. Sonuç olarak, bölge sakinleri turizmin olumlu etkilerini olumsuz etkilerinden daha güçlü bir şekilde algılamakta ve bu da turizm gelişimine verdikleri desteği açıklamaya yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla, bölge sakinlerinin desteğini kazanmak, turizm planlaması ve gelişiminden sorumlu yöneticiler için kilit bir görev olarak ortaya çıkabilir (González-García vd., 2018).

Sonuç olarak, turizm gelişiminin başarısı büyük ölçüde yerel halkın desteğine ve işbirliğine bağlıdır. Turizm yöneticilerinin toplumla ilişki kurması ve turizm faaliyetlerinden kaynaklanabilecek endişeleri veya olumsuz etkileri ele alması önemlidir. Bunu yaparak, güven inşa edebilir ve yerel halkla olumlu bir ilişki geliştirebilirler, bu da turizm gelişimine verilen desteğin artmasına yol açabilir. Ayrıca, yöneticilerin çevre ve yerel kültür üzerindeki olumsuz etkileri en aza indiren sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik etmeleri de çok önemlidir. Bu, bölgede turizmin uzun vadede yaşayabilirliğinin sağlanmasına ve yerel halkla olumlu bir ilişkinin sürdürülmesine yardımcı olabilir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Sonuç olarak, spor etkinlikleri, küresel turizm endüstrisinin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline gelen spor turizminin teşvik edilmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Akademik literatürde spor turizminin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri kapsamlı bir şekilde incelenmiş ve spor etkinliklerinin destinasyonlara ve toplumlara önemli ekonomik faydalar sağlayabileceği ortaya konmuştur.

Spor turizmi, yerel topluluklarda istihdam yaratılmasına, ekonomik büyümeye ve altyapının iyileştirilmesine yol açabileceğini göstermiştir. Organizatörler sivil toplum kuruluşlarıyla (STK) ortaklık kurarak yoksulluğun azaltılması ve sürdürülebilir kalkınma gibi sosyal ve çevresel konuları da ele alabilirler. Ayrıca spor turizmi, yerel

gelenek ve görenekleri sergileyen etkinlikler ve faaliyetler yoluyla kültürler arası anlayış ve alışverişi teşvik edebilir. Ancak, spor turizminin faydalarının marjinal gruplar da dahil olmak üzere toplumun tüm üyeleri arasında eşit bir şekilde paylaşılmasını sağlamak önemlidir. Bu da kapsayıcı politikalar ve programlar geliştirmek için yerel yönetimler, işletmeler ve toplum kuruluşları gibi paydaşlar arasında işbirliğini gerektirir. Genel olarak spor turizmi, sürdürülebilir kalkınmanın teşvik edilmesi ve hem turistlerin hem de ev sahibi toplumların refahının artırılması için güçlü bir araç olma potansiyeline sahiptir. Sonuç olarak, spor turizmi korumayı teşvik ederek, istihdam yaratarak ve altyapıyı geliştirerek yerel topluluklar ve çevre üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir. Ayrıca sosyal ve çevresel sorunları ele alırken kültürler arası anlayış ve değişimi de teşvik edebilir. Ancak, faydaların toplumun tüm üyeleri arasında adil bir şekilde paylaşılmasını sağlamak çok önemlidir. Sürdürülebilir kalkınmayı teşvik eden ve hem turistlerin hem de ev sahibi toplumların refahını artıran kapsayıcı politikalar ve programlar geliştirmek için paydaşlar arasında işbirliği gereklidir.

Spor turizminin teşvik edilmesi açısından, spor etkinliklerinin önemi yadsınamaz. Küresel spor endüstrisi genişlemeye devam ettikçe, spor turizminin turizm endüstrisini etkilemede ve küresel destinasyonların büyümesine katkıda bulunmada önemli bir rol oynamaya devam edeceği öngörülmektedir.

Yazarların Makaleye Katkı Beyanı

Makale'nin tüm aşamaları Arif Çetin tarafından hazırlanmıştır.

Çıkar Çatışması

Yazarın beyan edecek herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Finansal Destek

Bu çalışmanın hazırlanması için herhangi bir finansal destek alınmamıştır.

Etik Kurul Onayı

Etik kurul raporu gerektirmemektedir.

Hakem Değerlendirmesi

Kör hakemlik süreci sonrası yayınlanmaya uygun görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Andersen, J.J. (2019). The state of running 2019. Runrepeat. Erişim adresi: <https://runrepeat.com/state-of-running>
- Barker, M., Page, S. J., & Meyer, D. (2002). Modeling tourism crime: The 2000 America's cup. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 762-782.
- Boonsiritomachai, W., ve Phonthanukitithaworn, C. (2019). Residents' support for sports events tourism development in beach city: The role of community's participation and tourism impacts. *SAGE Open*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/2158244019843417>
- Cahyadi, H. S., Suherlan, H., ve Dewantara, M. A. (2021). Cost and benefit analysis of sports tourism in downhill trek, cikole lembang, bandung barat district, west java province. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 5(1), 1-9. <https://doi.org/10.34013/jk.v5i1.293>
- Chersulich, T. A., Perić, M. ve Wise, N. (2020). Assessing and considering the wider impacts of sport-tourism events: a research agenda review of sustainability and strategic planning elements. *Sustainability*, 12(11), 4473. <https://doi.org/10.3390/su12114473>
- Crespo, S. P., Fuentes Molina, I., Araujo Batlle, A., ve Raya Vilchez, J. M. (2021). Economic and social yield of investing in a sporting event: sustainable value creation in a territory. *Sustainability*, 13(13), 7033. <https://doi.org/10.3390/su13137033>
- Crilly, G., Murray, D., Howat, G., March, H., ve Adamson, D. (2002). Measuring performance in operational management and customer service quality: a survey of financial and non-financial metrics from the Australian golf industry. *Journal of Retail ve Leisure Property*, 2(4), 369-380.
- Crompton, J. L., ve McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439. [https://doi.org/10.1016/s0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/s0160-7383(97)80010-2)
- Çetin, A. (2019). Triathletes' motivational dimensions for participation in ironman, and comparison of these factors with their life satisfaction and achievement perceptions. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*,

- 7(3), 43 - 50.
<https://doi.org/10.13189/saj.2019.070301>
- Çetin, A., ve Özman, C. (2019). Runners' motivational dimensions for participation in the ultra marathon events and the comparison of these factors with their life satisfaction and success perceptions. *Sporometre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 17(2):177-187.
- Çetin, A., ve Doganer, A. (2021). An examination of mass sporting event effects on local government economy: the case of 41st istanbul marathon. *Ann Appl Sport Sci*, 8(3).
<https://doi.org/10.29252/aassjournal.850>
- Daniels, M. J., ve Norman, W. C. (2003). Estimating the economic impacts of seven regular sport tourism events. *Journal of Sport ve Tourism*, 8(4), 214-222.
<https://doi.org/10.1080/1477508032000161528>
- De Knop, P. (2004). Total quality, a new issue in sport tourism policy. *Journal of Sport and Tourism*, 9, 303-314.
<https://doi.org/10.1080/1477508052000341832>
- Demir, A., ve Çetin, A. (2022). Sports events in the pandemic: the case of nkolay istanbul half marathon. *Ann Appl Sport Sci*, 10 (3).
<https://doi.org/10.52547/aassjournal.1065>
- Duglio, S., ve Beltramo, R. (2017). Estimating the economic impacts of a small-scale sport tourism event: the case of the italo-swiss mountain trail collontrek. *Sustainability*, 9(3), 343.
<https://doi.org/10.3390/su9030343>
- Dyer, P., Gursoy D., Sharma, B., ve Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28, 409-422.
- Fernández-Martínez, A., Cabello-Manrique, D., Roca-Cruz, A. F., ve Nuviala, A. (2022). The influence of small-scale sporting events on participants' intentions to recommend the host city. *Sustainability*, 14(13), 7549.
<https://doi.org/10.3390/su14137549>
- Gammon, S. (2015). *Sport tourism finding its place?* In S. Gammon and S. Elkingsyon (Eds.), *Landscapes of leisure. Leisure studies in a global era*. London Palgrave Macmillan.
- Gammon, S., ve Robinson, T. (2003). Sport and tourism: a conceptual framework. *Journal of Sport & Tourism*, 8(1), 21-26.
<https://doi.org/10.1080/14775080306236>
- García, J. Á., Brea, J. A. F. ve del Río Rama, M. C. (2013). Quality tools degree of use in the sector of Spanish tourist accommodation. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, 11(1), 11-28.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution and research. *Tourism Management*, 29, 403-428.
- Gibson, H. (2004). Moving beyond the “what is and who” of sport tourism to understanding “why”. *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 247-265.
- Gibson, H. (2017). Commentary: Sport tourism and theory and some other developments: some reflections. *Journal of Sport & Tourism*, 21(2), 153-158.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport Management Review*, 1(1), 45-76.
[https://doi.org/10.1016/s1441-3523\(98\)70099-3](https://doi.org/10.1016/s1441-3523(98)70099-3)
- González-García, R.J., Añó Sanz, V., Parra-Camacho, D., ve Calabuig, F. (2018). Perception of residents about the impact of sports tourism on the community: analysis and scale-validation. *Journal of Physical Education and Sport*, 18, 149-156.
<https://doi.org/10.7752/jpes.2018.01122>
- Hassan, M. R., Harun, M. N., ve Ahmad, A. (2019). The predictors of sports tourism involvement in malaysia: an extreme sport overview. *HSSR*, 2(7), 449-453.
<https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7252>
- Higham, J.E., ve Hinch, T.D. (2002). Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management*, 23, 175-185.
- Hritz, N., ve Ross, C. (2010). The perceived impacts of sport tourism: an urban host community perspective. *Journal of Sport Management*, 24(2), 119-138.
<https://doi.org/10.1123/jsm.24.2.119>
- Johns, N. (1996). The developing role of quality in the hospitality industry. In M. Olsen, R. Tear, ve E. Gummesson (Eds.), *Service Quality in Hospitality Organisations*. London: Cassell.
- Kaplanidou, K., ve Vogt, C. (2007). The Interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport ve Tourism*, 12(3-4), 183-206.
<https://doi.org/10.1080/14775080701736932>
- Kim, H. J., Gursoy, D., ve Lee, S.-B. (2006). The impact of the 2002 world cup on south korea: comparisons of pre- and post-games.

- Tourism Management*, 27(1), 86–96.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.07.010>
- Kim, S. S., ve Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 world cup: the case of seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), 25–38.
- Kirkup, N., ve Sutherland, M. (2015). Exploring the relationships between motivation, attachment and loyalty within sport event tourism. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 7–14.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1046819>
- Klaus, P., ve Maklan, S. (2011). Bridging the gap for destination extreme sports: A model of sports tourism customer experience. *Journal of Marketing Management*, 27(13-14), 1341–1365.
<https://doi.org/10.1080/0267257x.2011.624534>
- Lau, E. R., Kabu, M., ve Putro, B. H. (2022). sport tourism development in mali beach alor regency - indonesia. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2021 (ICAST-SS 2021)*.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.220301.021>
- Lewicka, M. (2011). Place attachment: how far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 31, 207–230.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2010.10.001>
- Malchrowicz-Moško, E., ve Poczta, J. (2019). Motivations for running in men: a comparative analysis of local runners and sports tourists. *Turyzm/Tourism*, 29(2), 69–79.
<https://doi.org/10.18778/0867-5856.29.2.07>
- Melo, R., Sobry, C., ve Van Rheenen, D. (2019). *Small Scale Sport Tourism Events and Local Sustainable Development: A Cross-National Comparative Perspective*. Cham, Switzerland: Springer.
- Morfoulaki, M., Myrovali, G., Kotoula, K.-M., Karagiorgos, T., ve Alexandris, K. (2023). Sport tourism as driving force for destinations' sustainability. *Sustainability*, 15(3), 2445.
<https://doi.org/10.3390/su15032445>
- Nunkoo, R., ve Gursoy, D. (2016). Rethinking the role of power and trust in tourism planning. *Journal of Hospitality ve Marketing Management*, 25, 512–522.
- Patiar, A., Davidson, M. C., ve Wang, Y. (2012). Competition, total quality management practices, and performance: Evidence from upscale hotels. *Tourism Analysis*, 17, 195–211.
<https://doi.org/10.3727/108354212X13388995267904>
- Ramshaw, G., ve Hinch, T. (2006). Place identity and sport tourism: the case of the heritage classic ice hockey event. *Current Issues in Tourism*, 9(4-5), 399–418.
<https://doi.org/10.1080/13683500608668234>
- Richards, G., ve Wilson, J. (2007). *Tourism, Creativity and Development*. Routledge.
- Ritchie, B.W., Shipway, R., ve Cleeve, B. (2009.) Resident perceptions of mega-sporting events: a non-host city perspective of the 2012 London Olympic Games. *Journal of Sport Tourism* 14(2):143–167
- Singh, S., Dash, T. R., & Vashko, I. (2016). Tourism, ecotourism and sport tourism: the framework for certification. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(2), 236–255.
- Sutton, C. (2009). The applicability of the human sigma model to quality management in the UK Tourism industry: An operational analysis. *Paper presented at the Tourism III: Issues in PhD Research, University of Nottingham*.
- Swarbrooke, J. (2002). *The Development and Management of Visitor Attractions*. Butterworth-Heinemann.
- Taks, M., Green, B. C., Misener, L., ve Chalip, L. (2018). Sport participation from sport events: why it doesn't happen? *Marketing Intelligence & Planning*, 36(2), 185–198.
<https://doi.org/10.1108/mip-05-2017-0091>
- Türkiye İstatistik Kurumu (2023). Turizm İstatistikleri IV. Çeyrek: Ekim-Aralık ve Yıllık, 2022. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV-Ceyrek:-Ekim-Aralik-ve-Yillik,-2022-49606>
- TÜRSAB (2014). Milliyetlere Göre Gelen Turistler, Erişim adresi: <http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/milliyetlerine-gore-gelen-yabanci-ziyaretciler>
- Watanabe, Y., Gilbert, C., Aman, M. S., ve Zhang, J. J. (2018). Attracting international spectators to a sport event held in Asia. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 19(2), 194–216.
<https://doi.org/10.1108/ijmsms-08-2017-0077>
- Ziakas, V., ve Costa, C. A. (2011). The use of an event portfolio in regional community and tourism development: creating synergy between sport and cultural events. *Journal of Sport & Tourism*, 16(2), 149–175.
<https://doi.org/10.1080/14775085.2011.568091>