

T.C.  
MALTEPE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI  
TÜRKÇE TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

SPOR TURİZMİNDE OLİMPİYAT OYUNLARI VE  
SPOR TURİZMİNİN GELİŞİMİNE KATKILARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ALP TORAMANLI

121141106

Danışman Öğretim Üyesi  
Yrd. Doç. Dr. Bekir Murat Buket

İstanbul, Eylül 2014

T.C.  
MALTEPE ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI

SPOR TURİZMİNDE OLİMPİYAT OYUNLARI VE SPOR  
TURİZMİNİN GELİŞİMİNE KATKILARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ALP TORAMANLI

121141106

Danışman Öğretim Üyesi  
Yrd. Doç. Dr. Bekir Murat Buket

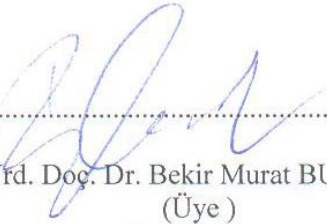
İstanbul, Eylül 2014

T.C. Maltepe Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

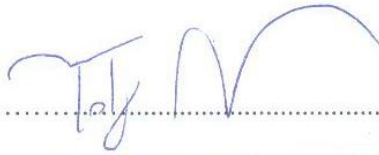
18.09.2014 tarihinde tezinin savunmasını yapan Alp TORAMANLI'ya ait "**Spor Turizminde Olimpiyat Oyunları ve Spor Turizminin Gelişimine Katkıları**" başlıklı çalışma, Jürimiz Tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, e-MBA Tezli Yüksek Lisans Programında Yüksek Lisans Tezi Olarak **Oy Birliği/Oy Çokluğuyla** Kabul Edilmiştir.



Yrd. Doç. Dr. Levent AKSOY  
(Başkan)



Yrd. Doç. Dr. Bekir Murat BUKET  
(Üye)  
(Danışman)



Yrd. Doç. Dr. Tolga DURSUN  
(Üye)

## ÖNSÖZ

Dünya’da spor insanoglunun her zaman ilgisini çeken önemli aktiviteler olmuştur. Aktif katılımcı da olursa ya da pasif katılımcı olma durumlarında insanlar büyük bir merakla spor organizasyonlarını izlemeyi ve takip etmeyi sürdürmüşlerdir. Dünyanın önde gelen turizm ve spor örgütleri Dünya turizm gelirinin yüzde 32’sinin spor turizminden kaynaklandığı görüşünde uzlaşmaktalar. Türkiye’de bu pazardan pay alabilmek için spora uygun bir alt ve üst yapı geliştirmek zorundadır. Son yıllarda turizmle ilişkisi gittikçe artan sportif aktiviteler, Türkiye’nin turizmde gelişme potansiyellerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır.

Gelişmekte olan ülkeler için büyük spor olayları oldukça öneme haizdir. Türkiyenin olimpiyatlara ev sahipliği ile sosyo-kültürel tanıtım, ekonomik etkiler, turizm faydası, yeni tesislerin yapımı gibi bir çok katkısı olacağı beklenmektedir. Çalışmanın amacı bu organizasyonun ülkeye yapacağı çeşitli katkılarıdır.

Spor Turizminin çeşitli açılardan incelendiği ve olimpiyat organizasyonlarının katkılarının ele alındığı çalışmanın her aşamasında rehberlik eden, katkı veyardımlarını esirgemeyen danışman hocam sayın Yrd.Doç.Dr.Bekir Murat BUKET hocama , hayatım boyunca bana desteklerini esirgemeyen aileme ve hocalarıma teşekkür ederim.

ALP TORAMANLI

# **ABSTRACT**

Alp Toramanlı

Master Thesis, Department of MBA

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Bekir Murat BUKET

September, 2014, 149 pages

Sport tourism, which is composed of the concepts of sport and tourism, in most general meaning were described as trips made for making sports.

As we call Tourism and sports these two events, in the development process became a mutual relationship with each other, with respect to its functions showed similarities to meet the need In human life This is not a one-way relationship, There is an interaction It is possible to say that the impact of the sports on tourism is more intense today Especially transformation in the tourism demand and structural features of tourists which are the human element of tourism reflects this differentiation Changes in demand leads to mandatory changes in supply Cited developments in terms of medium and long-term investments including sports facilities planning requires consideration of the phenomenon of tourism creation of a special Sport-specific tourism zones is quite a sensitive issue long-term objectives will be implemented if these factors considered together, maximum efficiency will be provided with scarce resources

The aim of this study ;to address the need of that the sports Tourism in our country is not having the necessary attention and promote our country to other countries around the world through sports tourism

Because of that when defending the thesis; how to develop by handling the subjects that the studies can be done for the development of sports tourism in our country and to provide developments opportunities is much more compared to other countries it's defended with by emphasis on one of the most important organisation taking place in sport tourism is Olympic games economic, financial and in other respects, Turkey's potential appropriate policies and investment recommendations

How important is the issue of this thesis will be concluded When the economic benefits of sport and the psychological and physical benefits to human health are examined

In this study , Determination and development of sports tourism strategy for Turkey are also aimed.

It should be considered that the importance given to the essential factors for the development of sports tourism in Turkey and provide quick development by increasing number of scientific studies will be suitable

Keywords: Sports , Tourism, Evolution

## ÖZET

Alp Toramanlı

MBA-Yüksek Lisans Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Yrd.Dç. Dr. Bekir Murat BUKET

Eylül, 2014, 149 sayfa

Spor turizmi spor ve turizm kavramlarının bileşiminden oluşan, en genel anlamda spor yapma amaçlı yapılan seyahatler olarak tanımlanmaya çalışılmıştır. Turizm ve Spor diye adlandırdığımız bu iki olgu gelişim süreçleri içinde birbirleriyle karşılıklı ilişki içinde olmuşlar, fonksiyonları itibarı ile insan yaşantısında ihtiyaç karşılamaya yönelik benzerlikler göstermişlerdir. Bu tek yönlü bir ilişki değildir, karşılıklı bir etkileşim sözkonusudur. Sporun turizm üzerindeki etkisinin günümüzde daha yoğun olduğunu söylemek mümkündür, özellikle turizm talebindeki dönüşüm ve turizmin beşeri unsurlarından olan turistlerin yapısal nitelikleri bu farklılaşmayı yansıtmaktadır. Talepteki değişme arzda da zorunlu değişimlere yol açmaktadır. Anılan gelişmeler ise orta ve uzun vadeli yatırımları kapsayan spor tesislerinin planlanması açısından da turizm olgusunun dikkate alınmasını gerektirmektedir. Spora özel turizm bölgeleri oluşturulması oldukça hassas bir konudur. Bu faktörler birlikte dikkate alınırsa uzun vadeli amaçlar hayata geçirilmiş olacak, kıt kaynaklarla azami verim sağlanmış olacaktır.

Bu çalışmanın amacı; Spor Turizminin ülkemizde gerekli önemin verilmediği ve Spor Turizmi yoluyla ülkemizi Dünya’da ki diğer ülkelere daha iyi tanıtmının gerekliliklerinin ele alınması. Dolayısıyla ülkemizde de spor turizminin gelişmesi

için yapılabilecek çalışmalar ve diğer ülkelere göre gelişmesini sağlayacak olanakların çok daha fazla olduğu konular ele alınarak nasıl gelişeceği tezi savunulurken; Spor turizmi içerisinde yer alan en önemli organizasyon olan Olimpiyat Oyunları üzerinde durularak ekonomik, finansal ve diğer yönlerden Türkiye'nin potansiyeline uygun politika ve yatırım önerileri ile savunulmasıdır.

Sporun ekonomik faydaları ve insan sağlığına olan psikolojik ve bedensel faydaları incelendiğinde bu tez konusunun ne kadar önemli olduğu kanaatine varılacaktır. Bu çalışmada, Türkiye için spor turizm stratejisinin belirlenmesi ve geliştirilmesi de amaçlanmıştır. Türkiye' de ki spor turizminin gelişimi için gerekli etkenlere verilen önemin ve bilimsel çalışmaların sayıları artırılarak hızlı bir şekilde gelişiminin sağlanmasının uygun olacağı düşünülmelidir.

Anahtar Kelimeler: Spor, Turizm, Gelişim



## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖZET.....	vi
İÇİNDEKİLER .....	viii
SİMGELER.....	xii
TABLolar .....	xiii
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>2. TURİZM ve SPOR HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....</b>	<b>3</b>
2.1. Turizmin Genel Tanımı .....	3
2.2. Spor Kavramı .....	8
<b>3. SPOR TURİZMİ.....</b>	<b>10</b>
3.1. Spor Turizmi Çeşitleri .....	11
3.1.1. Olay Tabanlı Spor Turizmi .....	12
3.1.2. Aktivitelere Katılım Amaçlı Spor Turizmi .....	14
3.1.3. Nostalji Amaçlı Spor Turizmi.....	16
3.2. Spor Turizmi Tarihçesi.....	17
3.3. Spor Turizminin Çeşitli Etkileri .....	23
3.3.1. Spor Turizminin Ekonomik Etkileri .....	23
3.3.2. Spor Turizminin Sosyo- Kültürel Etkileri.....	23
3.3.3. Spor Turizminin Çevresel Etkileri .....	24
3.4. Spor Turizmi Pazarlaması .....	24
3.5. Spor Turizminin Geleceği .....	30
<b>4. TÜRKİYE'DE SPOR TURİZMİ ,STRATEJİSİ, POLİTİKASI ve TÜRKİYEDE'Kİ SPOR TURİZMİNDE OLİMPİYAT OYUNLARININ ETKİLERİ.....</b>	<b>32</b>

4.1. Türkiye’de Spor Turizmi.....	32
4.1.1. Akarsu Turizmi .....	34
4.1.2. Av Turizmi .....	36
4.1.3. Dağ Turizmi .....	39
4.1.4. Golf Turizmi.....	39
4.1.5. Hava Sporları Turizmi.....	40
4.1.5.1. Yamaç Paraşütü .....	40
4.1.5.2. Yelken (delta) Kanat.....	41
4.1.5.3. Balon.....	42
4.1.5.4. Mikrolayt .....	42
4.1.5.5. Planör .....	43
4.1.5.6. Model Uçak.....	43
4.1.5.7. Paraşüt.....	44
4.1.6. Kış Sporları Turizmi .....	45
4.1.7. Kuş Gözlemciliği .....	47
4.1.8. Mağara Turizmi.....	48
4.1.8.1. Turizme Açık Mağaralar.....	49
4.1.9. Türkiye’de Sağlık ve Termal Turizm .....	50
4.1.10. Su Altı Dalış Turizmi .....	52
4.1.11. Yat Turizmi .....	59
4.1.12. Yayla Turizmi.....	60
4.2. Spor Turizminde Strateji Kavramı .....	61
4.3. Turizm Politikasında Spor Turizmi .....	65
4.4. Spor Turizminde Olimpiyat Oyunları ve Spor Turizminin Gelişimine Katkıları İle İlgili Swot Analizi.....	71
4.4.1. Dünya’da ve Türkiye’de Olimpiyat Oyunları Organizasyonları .....	71
4.4.2. OLİMPİYAT OYUNLARININ YÖNETİM ŞEKLİ.....	76

4.4.2.1.	Uluslararası Olimpiyat Komitesi ( IOC ) .....	76
4.4.2.2.	Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi .....	77
4.4.2.2.1.	TMOK Örgüt Yapısı .....	77
4.4.2.2.2.	TMOK'nin İlke ve Görevleri.....	79
4.4.3.	Olimpiyat Oyunlarının Ekonomik Getirileri, Şehre ve Spor Turizmine Getirdiği Katkılar.....	81
4.4.3.1.	Tanıtım.....	82
4.4.3.2.	Olimpiyat Oyunlarının Ekonomik Getirileri.....	83
4.4.3.3.	İstihdam .....	85
4.4.3.4.	İmaj ve Prestij .....	86
4.4.3.5.	Spora ve Sporcuya Katkısı.....	87
4.4.3.6.	Kentin Gelişimine Katkısı .....	88
4.4.4.	Olimpiyat Oyunlarını'nın Ekonomi'ye, Şehre ve Ülkeye Getirebileceği Güçsüz Yanlar .....	90
4.4.4.1.	Olimpiyatların Ekonomik Etkisi.....	93
4.4.4.1.1.	Oyun Öncesi .....	93
4.4.4.1.2.	Oyun Esnası.....	94
4.4.4.1.3.	Oyun Sonrası .....	95
4.4.4.2.	Olimpiyatlara Ev Sahipliği'nin İstenmemesine Neden Olabilecek Etkenler 97	
4.4.4.2.1.	Mahalle Yıkımları İle Zorla Tahliyeler .....	97
4.4.4.2.2.	Doğayı, Çevreyi ve Tarihi Alanları Heba Eden Devasa Tesisler: Beyaz Filler .....	103
4.4.4.2.3.	Bezdireni Altyapı Çalışmaları, Trafik ve Güvenlik Önlemleri ..	104
4.4.4.2.4.	Planlamanın İflası.....	105
4.4.5.	Olimpiyatlara Ev Sahipliği Yapmış Ülkeleri ve Şehirleri Güçlü Yapacak Destekler ve Gelecekte Bekleyen Tehlikelerden Korunma .....	109
4.4.5.1.	Olimpiyatların ev Sahipliği Yapmış Ülkeye Sağlayabileceği Katkıların Oluşması .....	109

4.4.5.2.	Turizm Teşvikleri ve Destekler .....	114
4.4.5.3.	Olimpiyatlara ev Sahipliği Yapan Ülkenin, Kentin Olimpiyat Sonrası Beklenen Tehlikelerden Korunması.....	116
<b>5.</b>	<b>SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>119</b>
<b>6.</b>	<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>128</b>

## SİMGELER

Şekil 3.1.	Ülkelere Göre Kişi Başına Düşen Personel Sayıları.....	26
Şekil 3.2.	Ülkemize Aylara Göre Gelen Ziyaretçiler .....	29
Şekil 4.1.	Mevcut Kış Sporları Turizmi.....	45
Şekil 4.2.	Türkiye Jeotermal Kaynaklar Haritası .....	50
Şekil 4.3.	Yayla Turizmi Haritası.....	61

## **TABLÖLAR**

<b>Tablo 1. Ocak-Aralık Ayında Ulaşım Yoluna Göre Ülkemize Giren/Çıkan Ziyaretçiler (2011-2013).....</b>	<b>7</b>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

## 1. GİRİŞ

Spor Turizmi; İnsanların sportif faaliyetlere katılmak ya da izlemek amacı ile gerçekleştirdikleri seyahatlere denmektedir. Spor turizmi yılda on iki aya yayılabilir. Böylece yılın her sezonun da turizm hizmetleri doluluk oranlarını arttırıyor olabilirler. Spor Turizmi, insanların aktif hedeflemektedir. Günümüzde, turizm içinde spor çok çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır. (<http://www.hakkında-bilgi-nedir.com>, Erişim 15.01.2014) Çalışma yaşamında ki, hızlı ve monoton üretim temposu, insanların verimliliği üzerinde olumsuz etki yaratmış ve bunun karşılığında boş zamanların rekreasyonel yönden değerlendirilmesi ile üretim potansiyelinin artırılması hedeflenmiştir (Şahin vd. 2001:73). Gelişmiş ülkelerde zaman yetersizliğinden dolayı, insanların fizyolojik etkinlikleri en düşük seviyeye ulaşmaktadır. Bunun sonucunda kalp ve damar hastalıkları, doğrudan ya da dolaylı olarak diyabet, kolesterol, kemiklerde deformasyon, romatizma, şişmanlık ve stres vb. birçok fizyolojik ve psikolojik rahatsızlık vakalarında artışlar olmuştur ([www.mu.edu.tr/departments/besyo](http://www.mu.edu.tr/departments/besyo),2002). Sporun sağlığa sağladığı faydalar ele alınarak ve ülkemizdeki turizm potansiyeli kullanılarak turizmde artış sağlanabilir. Turizm insanların, kişisel tatmin amacıyla, kendi hür iradeleri ve istekleri doğrultusunda, maddi çıkar elde etme amacı gözetmeksizin, sürekli olarak oturdukları yerlerden ayrılarak geri dönmek koşuluyla başka bir merkeze, belirli bir süre için gitmeleri ve orada kaldıkları sürece oluşturdukları faaliyetlerdir (Öner, 1997: s, 3,5). Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi, turizmin, seyahat etme ve konaklamanın dışındaki diğer tüm şartları spor yapmak ile örtüşmektedir. Örneğin; Olimpiyat Oyunlarının Ükelere Sosyal ve Ekonomik Faydalarının ne kadar çok olduğu, oldukça araştırılması geniş bir konuyu kapsamaktadır. ([www.hakkında-bilgi-](http://www.hakkında-bilgi-)

nedir) Turizm, ekonomik gelişmeler yanında, doğal çevreye ve kültürel yapıya da olumlu katkılarda bulunmaktadır. Gelir düzeyleri ve sosyal değerleri arasında farklar bulunan değişik toplumların bir araya gelmesiyle kültürlerin paylaşılması, karşılıklı asimile edilmesi süreci oluşmaktadır.

Çalışmamın birinci bölümünü giriş oluşturmakta, ikinci bölümünde; Turizm ve spor hakkında genel bilgiler verip , üçüncü bölümde spor turizmi konusunu, spor turizmi çeşitleri, tarihçesi ve çeşitli etkileri olmak üzere ele alındı. Dördüncü bölümde Türkiye’de spor turizmi, stratejisi, politikası ve Olimpiyatların Diğer ev sahibi ülkeler ile Türkiye açısından bir swot analizi yapılarak olimpiyatların ev sahibi ülkeler açısından güçlü yanları, güçsüz yanları, çeşitli desteklerle finanse edilebilmesi, gelecekte bekleyebilecek tehlikeler ve bunlardan korunma yolları ele alınarak, Türkiye’de ki spor turizminde, olimpiyatlara ev sahipliği yapmamız durumunda, olimpiyat oyunlarının etkisinin ülkemize ve ev sahibi şehre faydalı olacağı savunulmuştur.



## 2. TURİZM ve SPOR HAKKINDA GENEL BİLGİLER

### 2.1. Turizmin Genel Tanımı

Turizm insanların, kişisel tatmin amacıyla, kendi hür iradeleri ve istekleri doğrultusunda, maddi çıkar elde etme amacı gözetmeksizin, sürekli olarak oturdukları yerlerden ayrılarak geri dönmek koşuluyla başka bir merkeze, belirli bir süre için gitmeleri ve orada kaldıkları sürede oluşturdukları faaliyetlerdir (Orel ve Yavuz, 2003). Barutçugil'e göre turizm; sürekli yaşanan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahat ve geçici konaklamalara verilen genel ad olarak ifade edilebilir (Barutçugil, 1989). Bir başka deyişle turizme eğlence amacı olan belirli bir paranın ve zamanın kullanılması ya da dinlenmek ve tatil geçirmek amacıyla geziye çıkmakta denebilir (Özgüç, 1984). Dünyanın en önemli endüstrilerinden biri olan turizm aynı zamanda önemli bir toplumsal ve ekolojik etkiye de sahiptir. Turizm endüstrisi Dünyada'ki toplumsal ve ekolojik kaynakların önemli bir kullanıcısı durumundadır. Genel bir yaklaşım açısından bu konu, doğal ve insan yapımı sermaye arasındaki geçişleri dikkate alan bir sosyal fayda önermesinde de bulunmaktadır. Fiziki ve kültürel kaynakların korunması ve turizm amaçlı ekonomik gelişmenin sağlanması sürdürülebilir turizm gelişmesinin amaçlarındandır (Sağcan, M. (1986). Doğal, kültürel ve tarihi zenginlikler açısından büyük bir potansiyele sahip olan Türkiye'nin, ekonomik büyüme ve kalkınmasında turizm sektörü önemli bir paya sahiptir.

Turizm çok çeşitli nedenlerle; dinlenme, eğlenme, sağlık, ziyaret, spor eğitimi, spor gibi amaçlarla yapılan seyahatleri kapsamaktadır (Tezel, 1990). Dünya Turizm

Örgütü (WTO) turizmi, gelir getirici etkinlikler dışında kalan boş zamanların hemen hemen hepsini kapsayan bir seyahat ve bundan doğan konaklama, yeme içme, ulaşım, eğlence gibi hizmetler ve ilişkiler diye tanımlamıştır (Turizm Bakanlığı, 1993). Ayrıca turizm şöyle de ifade edilebilir; insanların sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zaman yaşamsal gereksinimlerini karşıladıkları yerler dışında yerleşmemek ve ekonomik gelir elde etmemek üzere dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık, kültür, deneyim kazanma, çeşitli amaçlı ziyaretler, kongre ve seminer, dini gereklilikler gibi nedenlerle kişisel ya da toplu olarak yaptıkları seyahatlerden ve gittikleri yerlerde en az bir gece konaklama yapmaları şeklinde anlatılabilirken, turizm işletmelerinin sunduğu mal ve hizmetleri talep ettikleri iş ve ilişkiler bütünüdür diye de tanımlanabilir (Hacıoğlu ve ark., 2003). Avrupa İktisadi İşbirliği Teşkilatı (OECD) Bir başka benimsenen tanıma göre ise turizm; para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla yabancıların bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin tümüdür (Evliyaoğlu, 1989).

Seyahat ve konaklama süresince kurulan ilişkilerin ve yapılan faaliyetlerin daha çok hangi noktalarda toplandığına bakılarak temel amacın belirlenmesi mümkündür. Bir turistin hangi amaçla seyahate karar vermiş olduğunu belirlemek, amaçların birbiri ile yakından ilişkili ve çoğu zaman da iç içe olması sebebiyle oldukça güçtür. Bunu daha iyi açıklamak için, turist sayısına göre turizm kriterini esas alacak olursak; bireysel, kolektif ve kitle turizmi diye üçe ayırmak mümkündür.

Bireysel turizm: Kişisel olarak yapılan seyahat ve konaklamalara verilen addır.

Kollektif turizm: Bir grup veya örgütün düzenlediği seyahat ve konaklamalardır.

Kitle turizmi: Büyük oranda seyahatin ve konaklamanın kolektif bir biçimde gerçekleştirildiği ve turistlerin gruplarla bütünleşmesinin özendirildiği turizm biçimidir.

Günümüzde , özellikle şehirlerdeki hava, su, toprak kirliliği, nüfus artışının neden olduğu sıkışıklık, kişisel yükümlülük ve zorunluluklar, toplumsal sorunlar ve yaşamın tekdüze hale gelmesi gibi birçok olumsuzluklar insanları yıpratmaktadır. Yenilenmek, beden ve ruh sağlığına tekrar kavuşmak ve mutlu olmak, bu olumsuz koşulların etki alanı dışına çıkmak ile mümkün olabilir. Bir seyahatin spor turizmi sayılabilmesi için; seyahatin turizm tanımına ve kapsamına uygun olması, sportif amaçlarla yapılması gerekmektedir. İnsanların dağa tırmanma, cimnastik, yürüyüş, yüzme, rafting vb. sporları yapmak amacıyla, bireysel veya kolektif şekilde seyahat etmeleri veya söz konusu spor etkinliği konusunda düzenlenen paket turlara katılmaları örnek olarak verilebilir (Hazar, 2007).

İnsanların dini inançlarını gerçekleştirmek amaçlı devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışında, inanç merkezlerini görmek amacıyla yaptıkları gezilerin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi inanç turizmi olarak tanımlanabilmektedir (Uğurlu, 2005). İnanç turizmi, çeşitli dinlerce kutsal sayılan ziyaretler, dinsel toplantı ve törenlere katılmak ya da izlemek, hac gibi dinsel görevleri yerine getirmek, ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan bazı zamanlarda çok önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm türüdür (Karaküçük, 1999). Dünyada gelişme gösteren inanç

turizmi kapsamında kültür değerlerinin korunması, turizme kazandırılması ve tanıtılması hedeflenmektedir (Kozak ve ark., 2001).

Tarihin eski devirlerinden beri, dinlenmek, öğrenmek, tartışmak, oylamak ve karar vermek amacıyla insanlar çeşitli toplantılar düzenlemişlerdir. Bu toplantılara da seminer, sempozyum, konferans ve kongre gibi değişik isimler vermişlerdir (Türsab, 2006). Uluslar arası niteliğe sahip kuruluşların, düzenledikleri kongre, seminer, konferans gibi faaliyetlere katılma olgusuna kongre turizmi denmektedir (Kayhan, 1993). Kongrelerin turizm sezonunu uzatıcı veya alternatif turizm özelliği vardır. Kongre turizmi kongre merkezinin tanıtımı ve gelişmesini sağlayıp saygınlık kazandırırken o ülkenin kamusal alandaki başarısının göstergesi de olmaktadır. Kongreler nedeniyle sezon sonu istihdam da sağlanmış olmaktadır (Zengin, 2006).

Tarihin ilk çağlarından beri sağlık amacıyla özellikle termal suların bulunduğu yerlere insanların gittikleri bilinmektedir (Kozak ve ark., 2001). Termal turizm, mineral içerikli termal sular ile çamurların, kaynağın yöresinde çevre ve iklim faktörleri ile birlikte, belirli bir süre için yer değiştiren insanların doğal kaynaklara dayalı, turistik kaplıca tesisleri ve buralarda kür uygulaması, konaklama ,dinlenme ihtiyaçlarının karşılanması amaçlı turizm alanıdır (İncekara, 1996). Aynı zamanda, doğanın sağlık verici özelliklerinden yararlanmak isteyenlerin sıcak su, maden suyu, hamam, kaplıca, kür merkezleri, bazı tıbbi hizmetlerin sunulduğu sağlık merkezlerini ziyaret etmeleri ve tedavi olmak amacıyla yaptıkları seyahatlerin neden olduğu turizm çeşididir (Karaküçük, 1999). 2011-2013 yılları arasında ülkemize giren, çıkan ziyaretçiler çeşitli ulaşım yolları bazında ele alındığında aşağıdaki tabloda ki veriler görülmektedir.

**Tablo 1. Ocak-Aralık Ayında Ulaşım Yoluna Göre Ülkemize Giren/Çıkan Ziyaretçiler (2011-2013)**

Ocak-Aralık Ayında Ulaşım Yoluna Göre Ülkemize Giriş Yapan Ziyaretçiler (2011-2013*)												
	Toplam			Değişim Oranı %	Yabancılar			Değişim Oranı %	Vatandaşlar			Değişim Oranı %
	2011	2012	2013*		2011	2012	2013*		2011	2012	2013*	
Havayolu	28 486 422	30 179 477	32 615 894	8,07	21 788 642	22 920 640	24 871 759	8,51	6 697 780	7 258 837	7 744 135	6,69
Karayolu	11 457 109	10 336 766	11 594 722	12,17	6 995 851	6 340 137	7 429 951	17,19	4 461 258	3 996 629	4 164 771	4,21
Demiryolu	65 976	34 418	33 265	-3,35	52 157	28 782	28 979	0,68	13 819	5 636	4 286	-23,95
Denizyolu	3 041 505	2 967 513	3 142 760	5,91	2 619 426	2 493 273	2 579 409	3,45	422 079	474 240	563 351	18,79
<b>Toplam</b>	<b>43 051 012</b>	<b>43 518 174</b>	<b>47 386 641</b>	<b>8,89</b>	<b>31 456 076</b>	<b>31 782 832</b>	<b>34 910 098</b>	<b>9,84</b>	<b>11 594 936</b>	<b>11 735 342</b>	<b>12 476 543</b>	<b>6,32</b>
<b>GünüBiriklik</b>	<b>2115163</b>	<b>2017325</b>	<b>2065863</b>		<b>2112880</b>	<b>2013446</b>	<b>2063538</b>		<b>2283</b>	<b>3879</b>	<b>2325</b>	
Ocak-Aralık Ayında Ulaşım Yoluna Göre Ülkemizden Çıkış Yapan Ziyaretçiler (2011-2013*)												
	Toplam			Değişim Oranı %	Yabancılar			Değişim Oranı %	Vatandaşlar			Değişim Oranı %
	2011	2012	2013*		2011	2012	2013*		2011	2012	2013*	
Havayolu	28 461 500	30 232 038	32 581 771	7,77	21 735 125	22 889 537	24 807 963	8,38	6 726 375	7 342 501	7 773 808	5,87
Karayolu	11 380 705	10 227 956	11 381 015	11,27	6 901 694	6 197 198	7 216 067	16,44	4 479 011	4 030 758	4 164 948	3,33
Demiryolu	60 254	31 894	29 946	-6,11	47 840	25 903	25 218	-2,64	12 414	5 991	4 728	-21,08
Denizyolu	3 064 884	3 028 067	3 209 013	5,98	2 639 869	2 542 550	2 637 154	3,72	425 015	485 517	571 859	17,78
<b>Toplam</b>	<b>42 967 343</b>	<b>43 519 955</b>	<b>47 201 745</b>	<b>8,46</b>	<b>31 324 528</b>	<b>31 655 188</b>	<b>34 686 402</b>	<b>9,58</b>	<b>11 642 815</b>	<b>11 864 767</b>	<b>12 515 343</b>	<b>5,48</b>
<b>GünüBiriklik</b>	<b>2 115 163</b>	<b>2 017 325</b>	<b>2 065 863</b>		<b>2 112 880</b>	<b>2 013 446</b>	<b>2 063 538</b>		<b>2 283</b>	<b>3 879</b>	<b>2 325</b>	

**Kaynak:** Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı

Geçici verilere göre; 2013 yılı Ocak-Aralık döneminde Ülkemize giriş yapan vatandaş ziyaretçi sayısında geçen yılın aynı dönemine göre %6,32'lik (12 476 543) bir artış olmuştur. Çıkış yapan vatandaş ziyaretçi sayısında ise %5,48'lik (12 515 343) bir artış kaydedilmiştir. Günü birlikçi ziyaretçiler denizyolu toplamına dahil edilmiştir. Kültürel turizm, insanların hayat tarzlarını ve düşünce yapılarını öğrenmek amacıyla gidilen yerlerin tüm yönlerini kapsayan seyahatlerdir. Kültürel faktörleri, sanat eserlerini, müzeleri, tarihi eserlerin görülmesini kapsayan bir turizm çeşididir (Bastem, 1997). Kültürel turizm; toplumların ortak miraslarının

öğrenilmesini sağlar, doğal çevreyi duyarlı bir şekilde korur, turizm sezonunu yıla yayarak turizm alanını genişletir, diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi uluslararası işbirliğini ortaya çıkarır, bölgelerde gelir ve istihdam yaratır (Richards, 1994).

## **2.2. Spor Kavramı**

Spor, belirli kurallar içeren, rekabet ortamı ve haz veren aktiviteler bütünüdür. Spor; uğraşanlara yarışma kazanmaya dönük olarak fiziksel, zihinsel ve teknik bir çabadır. İzleyenler için ise heyecan ve istek duygusu kazandıran bir süreç bütünlüğünde anatomi, ortopedi, biyomekanik, psikoloji gibi bilim dallarının yardımı ile gelişen, sürdürülen bilimsel bir olgudur (Erkal (1992). Sporun kabul edilmiş evrensel bir tanımı yoktur. Ancak, spor olarak kabul edilen aktivitelerde ortak olan belli unsurlar vardır. Spor, insanın doğayla savaşımı sırasında edinilen bedensel beceri ve geliştirilen araçlı- araçsız yöntemleri, sonuçları açısından barışçıl, spor yapan açısından tam-güncü, izleyen açısından eğlendirici oyundur. Spor, işten uzaklaşmanın araçlarını giderek 'işin kendisi' yaparken kendi bağımsız ekonomik aygıtını da geliştiren estetik, teknik, fiziki, yarışmacı, mesleki ve toplumsal bir süreçtir (Fişek (1980) . Spor, kişinin belli düzenlemeler içinde fiziksel aktivitesini ve motorik becerilerini zihinsel, ruhsal ve sosyal davranışlarını geliştiren ve bu özelliklerini belirli kurallar içinde yarıştırmasını amaçlayan biyolojik, pedagojik ve sosyal bir uğraştır (Koludar (1988). Sporun zaman içerisindeki süreci onun popülaritesinin artmasını sağlamıştır. Spor bilincinin ve alışkanlıklarının yerleşmesi zamanla yaşamın bir parçası ve vazgeçilmezi konumuna gelmiştir. İnsanların tatillerinde de spor yapma alışkanlıklarını sürdürme istekleri turizmcileri sporsal açıdan düşünmelerini ve yatırım yapmalarını sağlamaya itmiştir.

Sporun turizmcilere kattıklarının yanında, tatilinde spora kattıkları vardır ki onu göz ardı etmek mümkün değildir. Spor alışkanlığı olan bireyler tatil sırasında yeni spor dallarıyla tanışınca seyahatleri sonrasında bu sporları sürdürme alışkanlıkları da kazanırlar. Turizmin spora olan katkısı seyahat eden insanlarla orantılı olarak geliştiği görülmektedir. Spor ve turizm arasındaki ilişkiye bakacak olduğumuzda, bu ilişkinin tek yönlü olmadığı görülür. Spor, sadece turizmi desteklemekle kalmaz, turizmin doğal veya insan yapımı olan kaynakları kullanılarak sporun gelişimine katkıda bulunulur.

### 3. SPOR TURİZMİ

Günümüzde spor turizmi kavramı dendiğinde akla gelen, insanların birkaç farklı dalda spor yapmanın yanında tek bir sporu yapmak amacıyla da seyahat etmeye başlamış olduklarıdır. Farklı dallarda spor yapmayı kapsayan “spor turizmi” yanında spor turizmi türleri alt dallar olarak ta gelişmiştir (Hazar, 2007). Spor ve turizm karşılıklı ekonomik beklentiler içindedirler. Spor turizmi terimi ile sıkça karşılaşmakta ve turizm endüstrisinde spor kökenli birçok program sunulmaktadır (Gündoğdu, 2004). Turizm ve Spor ilişkisinin ekonomik etkilerinin dışında çeşitli pozitif yararları da vardır. Ülkedeki sportif aktivitelerin sayısının artması, ülkenin kendi kültürünü tüm dünya toplumları ile paylaşma şansını getirmekte, spordaki profesyonellik olgusunun gelişmesi, kitle sporunun gelişmesi, ülkenin belli bölgelerindeki sportif üretkenlik ve gelişimin sağlanması ülkenin diğer ülkelerde de tanınmasını sağlayacak turizmin gelişmesine de etken olacaktır (Miçoğulları, 2004).

Spor Turizmi kavramı yalnızca turizmin bir mikro pazarı olarak incelenmesi yerine yanıtı araştırılacak alanın ya da alt alanın parametrelerini oluşturup, spor turizminin bilimsel bir çalışma alanı olarak belirlenmesine yardımcı olur (Weed, 2008). Uluslararası veya ulusal sportif aktivite içeren organizasyonlar, turlar, şampiyonalar v.b., katılanların amacının boş zaman değerlendirme veya yarışma isteği olduğu, temelinde sportif etkinliklere katılmak için seyahat içeren tüm turizm hareketleridir. Spor turizmi; sportif aktivitelerle sporcu, yönetici gibi



formlarda meşgul olmak ve görmek amacıyla yapılan seyahat deneyimlerinin tümü olarak da tanımlanabilir (Stephen, 2001). Ayrıca; Spor Turizmi, sportif aktivitelere katılmak, izlemek veya orada bulunmak amacıyla uluslararası veya ulusal alanda seyahat etmek olarak tanımlanmaktadır (Kurtzman ve Zauhar, 2001).

Spor, turizm ve rekreasyon tanımları arasında da yakın bir ilişki vardır. Rekreasyon kavramı, boş zamanı değerlendirme etkinlikleri olarak kabul edilmekte ve bu nedenle de turizm faaliyetleri arasında yer almaktadır. Boş zaman, insanın zorunluluklara bağlı olmadan, amaç şart koşmadan, kişinin eğilim ve arzusu yönünde, kendi örf, adet ve geleneklerine uygun tarzda başkaları ile birlikte veya yalnız başına meşguliyeti ile dinlenmesi için hak ettiği zamandır (Karaküçük, 2008). Bir yöre veya ülkedeki insanların rekreasyona yönlendirilmesi, turistik rekreasyonun ve dolayısı ile iç turizmin gelişmesini sağlayacaktır. Spor tesisleri, anfi tiyatrolar, piknik alanları, koşu yolları, konser alanlarına rekreatif alanlar diyebiliriz. Bu alanlarda ki organize etkinlikler, animasyon hizmetlerine canlılık getirmektedir. Rekreatif istasyonlar ve işletmeler, turistler için boş zaman değerlendirme imkânı yaratmaktadır. Bu nedenle rekreatif etkinlikler, turistlerin konaklama süresinin uzamasına etken olmaktadır.

### **3.1. Spor Turizmi Çeşitleri**

Bireylerin eğitim ve gelir düzeyindeki artışlar ile hızlı kentleşme, nüfus artışı ve teknolojik gelişmeler, uluslararası turizm hareketlerini ve eğilimlerini değiştirmiş ve turizmde yeni unsurlar ortaya çıkarmıştır. Günümüzde spor uluslararası

örgütlerinin ortaya koyduğu evrensel değerler ile ele alınmak kaydıyla her kesimin faydalandığı önemli bir araç haline gelmiştir.

Spor, toplumsal dayanışma ve bütünleşmeyi sağlayan, insanların ve farklı kültürlerin birbirlerini daha iyi tanımalarına olanak veren bir unsurdur. Sporun evrensel değerlerinde, toplumlarda insanları gruplara ayıran ırk, milliyet, din, mezhep, sosyal konum, eğitim, kültür ve ekonomik farklılıklar, vb. özellikleri göz ardı eden bir yaklaşımla herkese eşit bir tutum ortaya konulmaktadır. Günümüzde turizm ürünleri artık güneş, deniz, kum paketlerinin ötesine gitmiş, farklı bir boyut kazanmış olup geleceğin başarılı turizm ürünlerini yaratmak için iyi bir pazar araştırması yapılması ve pazarın bileşenlerinin iyi bir şekilde etüt edilerek müşterilerin isteklerine göre düzenlenebilen modüler ürünlere geçilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu boyutta gelişen ve değişen turizm eğilimleri arasında "spor turizmi" olarak anılan turizm çeşidi son yıllarda sadece ülkemizde değil tüm dünyada ön plana çıkmakta ve modern toplumların yaşamının önemli bir parçası haline gelmektedir. Spor Turizmi kavramı genellikle üç kategoride ele alınmaktadır.

### **3.1.1. Olay Tabanlı Spor Turizmi**

Olimpiyatlar, herhangi bir branşta yapılan Dünya Kupaları gibi kaliteli organizasyonların içinde bulunduğu spor turizmi şeklidir. Bir başka anlatımla; Olimpiyatlar, Dünya Şampiyonaları, değişik branşlarda geniş kitlelerce ilgi gören turnuvalar, kaliteli organizasyonları izlemek için yapılan seyahetleri kapsayan spor turizmi şeklidir. Seyirci merkezlidir ve spor turizmine pasif katılıma bir örnektir.

Spor turizmi için spor altyapısı tamamlanmış tesisler büyük önem arz etmektedir. Bu altyapı sporun branşına göre değişiklikler gösterebilmekte ve buna bağlı olarak kapasiteleri ile izleyici potansiyelleri de değişiklikler arz etmektedir. Dört yılda bir yapılan Olimpiyatlar gibi, Dünya Futbol Kupası, Avrupa Futbol ya da Voleybol Şampiyonası vb. gibi büyük spor karşılaşmaları her zaman her ülkede, geniş toplum kesimlerinde heyecan yaratmakta ve ilgi çekmektedir.

Hallmark'a göre, olay tabanlı spor turizmi; FIFA Dünya Kupası ve Olimpiyat Oyunları gibi büyük ölçekli olayların yanı sıra, turist çekme potansiyeline sahip her türlü orta ve küçük ölçekli spor olaylarını kapsar. 1994 FIFA Dünya Kupası ve 1996 yılında Atlanta'da yapılan Olimpiyat Oyunları turistik atraksiyon olarak konu olmuştur. "FIFA 1994 Dünya Kupası oluşum sürecinde, bu spor olayının ABD'ye 50, milyon yabancı ziyaretçiyi çekeceği ve bu ziyaretçilerin 100 milyar ABD doları harcama yapabileceğini öngörmüştü " (Ross 2001,s.3). "Profesyonel Golf Birliği ve Dünya Tenis Birliği tarafından sponsorluğu yapılan turnuvalar da spor turizminin seyirci merkezli olaylarıdır. "Olimpiyat Oyunları ve FIFA Dünya Kupası büyük turistik atraksiyonlara sahip spor olaylarıdır. Amerika Açık Tenis Turnuvası (U.S. Open) ve Super Bowl gibi küçük ölçekli spor olayları seyirci merkezli spor olayları olup, turistlerin ilgisini çekmektedir. Profesyonel, amatör ve kolej olarak karakterize edilen spor olayları da spor turizminin bir parçasını teşkil eder. Walt Disney World'un "Wide World of Sports" olayı 32 farklı spor dalına ev sahipliği yapmaktadır. Spor olaylarına ev sahipliğinin etkisi konusunda pek çok görüş bulunmaktadır. Büyük spor olaylarına ev sahipliği yapan gruplar tarafından hissedilen olumlu ve olumsuz fiziksel, sosyo-ekonomik ve kültürel etki bulunmaktadır. Barry Üniversitesi (1995) tarafından yapılan bir araştırma, 1995

Super Bowl'a ev sahipliği yapmanın Güney Florida ekonomisine 204.5 milyon dolar kazandırdığını ortaya koymuştur” (Gibson 1998c: 2-3).

“Olay tabanlı spor turizminde üzerinde durulması gereken diğer önemli bir unsur da taraftarlıktır. Taraftarlarla ilgili pek çok çalışma mevcut iken, bu çalışmaların çoğu taraftarlık ile bağdaşan özellikler ve anlamlar üzerinde odaklanmaktadır. Bununla birlikte, spor turizmindeki spor taraftarlığına yönelik araştırmaların sınırlı olduğu görülür. ABD'de üniversite spor olayları ve bu olaylara taraftarların yapmış olduğu harcama büyük rakamlara ulaşmaktadır” (Gibson vd. 2003,s.181-182).

### **3.1.2. Aktivitelere Katılım Amaçlı Spor Turizmi**

Bireysel olarak sportif aktivitelere katılım amacıyla gerçekleşen turizm, aktif spor turizmi kapsamındadır. Bu aktif katılım olayı, golf, kayak, tenis, sörf gibi çok geniş formlar ve çok geniş sportif branşlar içerir. Dünya üzerinde kabul görmüş otoritelerce, çeşitli sporları yapan, spora ilgi duyan ve sporla ilişkisi bulunan kişilerin, sportif karşılaşmalara olimpiyatlara ve benzeri olaylara bizzat katılmak veya bunları izlemek amacıyla oluşturdukları turizm hareketi spor turizmi olarak adlandırılmaktadır. Dünya’da ki insanların ister amatör sporcu, isterse profesyonel sporcu olsun, katılmış oldukları aktiviteden zevk almak ve iyi zaman geçirmek gibi hedefleri vardır. Genel turizm tariflerinden hareketle, Spor turizmi tanımında da yer aldığı gibi, aktivitelere katılım amaçlı yapılan spor turizmi ile ilgili, spora ilgi duyan kişilerle, aktif olarak spor yapan kişi, grup ya da takımlar ile bunların idarecileri ve seyircilerinin turizme katılmalarından ortaya çıkan ilişkiler bütünü şeklinde bir

yaklaşımında bulunmak mümkündür. Bireysellik içeren bir çok spor branşı bu kategori içinde yer almaktadır.

Bu türdeki spor turistlerini iki alt grup halinde de incelenmektedir. Bunlardan ilki, serbest veya boş zaman aktivitesi olarak sporla ilgili seyahatle uğraşan "aktif katılımcılar" veya "hobicilerdir. İkincisi ise, sporla amatör ve profesyonel düzeyde ilgilenen kişilerdir” (Gibson 1998a, s.157). “Dünya Kupası ve Olimpiyatın yanı sıra her türlü spor olayların da yarıanlar da bu çerçevede değerlendirilir. “Günümüzde aktif spor turistleri için fırsatlarda görülen gelişmelerle birlikte, bu turizm türü yeni değildir. Milattan önce 776'lı yıllarda Tanrı Zeus'u şereflendirmek üzere spor yarışmalarına katılmak için seyahat eden kişiler bulunmaktaydı. Tarih boyunca toplumun zengin kesimleri kendi favori sporlarını takip etmek için seyahat etmiştir. 19. yüzyılın sonlarında balıkçılık ve nişancılığa ek olarak, ABD'nin özel tatil yerlerinde golf sporu yaygınlaşarak konaklama olayı artmaya başlamıştır” (Gibson,1998a, s.157). Türkiye’de güneş, kum, deniz üçgenin en yoğun bulunduğu Antalya bile sezon haricinde artık aktif spor turizminin kapılarını aralamak için golf, rafting, jip safari, macera yarışı, futbol gibi alternatifleri kullanmaya başlamıştır. “Macera temelinde kendi kendisiyle mücadele veya rekabet eden kişiler de aktif spor turistidir. Örneğin, dağ tırmanışı, ülkelerarası kayak, dağ bisikleti ve uzun mesafeli yürüyüş gibi sporları yapanlar bu grubu oluşturur. Riskli veya aşırı heyecan verici (ekstrem) sporların hemen hemen hepsi bu tür içinde sınıflandırılır” (Weber, 2001, s.360-362). “Ekstrem sporcular risk alma ve heyecan yaşama gibi duygularını tatmin ederler” (Lieberman ve Esgate, 2002,s.223). “Aktif spor turistleri genellikle yüksek oranda eğitilmiş, gelir durumu ortalamanın üzerinde ve emekliliğinde de spor

turizmine katılma potansiyeline sahip kişilerden oluşmaktadır” (McGehee vd. 2003,s.305-307).

Aktivitelere katılım amaçlı spor turistlerinin özellikleri genelde aşağıdaki gibidir. Büyük oranda erkek, gelir grubu itibariyle üst düzey gelire sahip, üniversite eğitilmiş, sevdiği aktivitelere katılmak için uzun mesafe seyahat etmeye istekli, büyük olasılıkla emeklilikte de aktif spor turizmi ile uğraşma, bir defalık tatil yerine, tekrar edilen aktivite ile uğraşma (Gibson,1998a, s:162) gibi özelliklere sahip olmaktadır.

### **3.1.3. Nostalji Amaçlı Spor Turizmi**

Oldukça uzun süreleri kapsamakta olan sportif organizasyonlara katılım amacıyla yapılan seyahatleri içermektedir. Dünya’da ki spor müzeleri, çok eski dönemlerde inşa edilmişler ve spora hizmet etmeye devam eden alanlar, eski dönemlerde yapılan stadyumlar ile tarihi sportif alanlar, nostalji spor turizmin merkezlerine örnek olarak gösterilebilir (Stephen, 2001). Geçmişten günümüze önemli spor olaylarının düzenlendiği yerleri, salonları ve sahaları görmek ve tanımak amacı ile yapılan seyahatleri kapsar. Örneğin: Ülkemizde, Nostaljik Spor Turizmi adı altında Kırkpınar Yağlı Güreşleri, rekorların kırıldığı spor tesislerinin ziyaret edilmesi hatta kullanılması, tarih yazmış şampiyonların eşyalarının sergilendiği müzelerin gezilmesi, vb. organizasyonlarla gerçekleştirilmektedir.

Nostalji kavramı, sosyal bilimciler arasında büyük ilgi görmekte ve bu durum tüketici davranışlarında nostaljik tutum ve tercihlerin incelenmesine neden olmaktadır. “Nostalji, pozitif duygusal tepki yaratmak amacıyla pazarlama ve reklamda kullanılmaktadır “(Goulding 1999, s.177-180). Mal ve hizmetlerin

tüketiminde de nostalji kullanılmaktadır. Nike gibi spor ürünü üreticileri mal ve hizmetlerini tanıtmak için nostaljik görüntüleri kullanır. Spor ve nostaljiyle bağlantılı araştırmalar, müze ve ünlü spor yerleri üzerine odaklanır. Nostalji turizmde de kullanılıp, üçüncü bir spor turizmi kategorisini oluşturur (Gibson (1999, s.36). Spor turistini; spor müzelerini, ünlü yerleri ve stadyum veya temalı gezilere katılma amacıyla hareket eden kişi olarak değerlendirmektedir. “Nostaljik spor turizmde ziyaret edilen her yer, tarihsel veya sembolik bir öneme sahiptir. “Nostaljik spor turizmi, sporla ilgili ünlü atraksiyonları ziyaret etmeyi kapsar. Örneğin; Japonya'nın Ünlü Beyzbol Salonu ve Tokyo'daki müze yılda 300.000'den fazla ziyaretçiyi çekmektedir” (Hudson 2003, s.4). Günümüzde otomobil yarışları bazı turistlerin yoğun ilgisini çekmektedir, bunu fark eden spor pazarlamacıları "Formula 1 Araç Maketi"ni turistlerin veya sporseverlerin hizmetine sunmuştur. Nostaljik spor turizmindeki yeni trend ise, ünlü sporcular ile hayranlarının buluşturulmasıdır. Spor temalı bazı geziler, ziyaretçilerin sporda saygı duydukları şahsiyetler ile tanışmalarını organize eder” (Gibson 1998a,s.157).

### **3.2. Spor Turizmi Tarihçesi**

Tarihle ilgili çeşitli incelemeler yapıldığında milattan önceki çağlarda bile uygarlıkların birçok sınırlama ve sıkıntılara rağmen seyahat ettikleri görülmektedir. İlk yapılan yolculukların hayvanların ayak izlerinden takip edilerek oluşturulan ilkel patikalar üzerinde olduğu belirlenmiştir. Yine de bu başlangıçlar günümüz seyahat kavramının temeli olarak kabul edilmektedir. Kaliteli seyahat, insanların düzenli bir şekilde seyahat etmeye başlamalarıyla yaşamlarına girmiştir. Kısa süreli iş seyahatleri, tatil gezileri, kutsal amaçlı kutlama gezilerinin alışkanlıkları, insanların

rahatlama ve büyük yolculukların yapılmasına katkıda bulunmuştur. Ayrıca , politik, teknolojik ve sosyal olaylar turizmi dünya çapında bir serbest zaman etkinliği haline getirmiştir. Seyahatle ilgili çalışmalar, hoşlanma, kültürel değişiklik, dini konular, iş alanları gibi konularda yoğunluk göstermektedir. Bu çalışmalar, turizm olgusunu izafi modern bir olay olarak ele almaktadır.

Dünya’da ki insanların ister amatör sporcu, isterse profesyonel sporcu olsun, katılmış oldukları aktiviteden zevk almak ve iyi zaman geçirmek gibi hedefleri vardır. Spor seyahati son yıllarda her yaş ve her kesimde artış göstermektedir. Spor organizasyonları insanların eğilimleri ve öğrenmeyi isteme durumlarına göre pazarlanmakta ve organize edilmektedir. Spor turizmi olgusu içinde “seyahat” kavramı önemli bir yer tutmaktadır. İnsanoğlunun seyahat amacıyla kullandığı ilk yolları hayvanların ayak izlerinden oluşan patikalardan oluştuğundan yukarıda da bahsetmiştik. M.Ö. 10 bin yıl önceden itibaren bu yolların kullanıldığı ve bu patikaların günümüzde gelinen duruma temel oluşturduğu belirtilmektedir. İlk çağlarda insanlar hayatta kalmak amacıyla, çeşitli tehlikelere karşı savaş kazanmak için bir çok formda oyunlar oynayarak spor yapmışlardır. Son yüzyıllarda, çıkan yeni icatlar; yazılı basın, telgraf sistemi, telefon ve son yüzyıl da da internet yoluyla, insanoğlunun toplum yaşamına yardım ederken aynı zamanda spor aktivitelerin ve sportif seyahatlerin gelişimine de katkıda bulunmuştur (Journal Of Sport Tourism, Vol. 3, No. 3. March 15, 1996.).

Avlanmak için yapılan el sanatları ve kalıntılar insanlığın tarihinde önemli ve değerli bir parça olarak kalmıştır ki bu temel endüstri devrimi olana kadar Avrupa, Afrika, Hindistan, Çin ve diğer ülkelerin temelini oluşturmuştur. Sümerler’de güreş



en fazla gelişen spor branşı olmuştur. Milattan önce üçüncü milenyum içerisinde bulunan sanat eserlerinde güreşçilerin ve boks maçı yapan insanların, resimleri aynı düzlemlerde görülmüştür. Bu dönemde çizilen bütün resimlerin, spor müsabakalarını kenardan izledikleri belirtilen bayanlar tarafından çizilmiş olması ilgi çekmektedir.

Babilliler sportif aktivitelere seyahat olgusunu ekleyen ilk uygarlıklardandır. Kendi yaptıkları gemilerle Fırat nehrinden, Basra körfezine ve özellikle de Arabistan ile Hindistan'a yolculuk yapmışlardır. Bu yolculuklarda balıkçılık sporunu da geliştirmişlerdir. Ayrıca gittikleri yerlerde, yaptıkları çeşitli kutlamalar da, at sürme ve savaş arabalarının sürülmesinin şova dönüştürülmesi gibi ilgi çekici sportif aktivitelerde yer almıştır. Bu dönemde, kralın veya soyluların boş vakitlerini geçirmek amacıyla yaptırdıkları eğlenceler de vardır. Bu eğlenceler genellikle ayın görüntüsü ile doğru orantılı tarihlerdeydi.

Maya'larla ilgili duvar resimlerinden elde edilen bilgilerde, içinde altı tane top bulunan resimler, değişik toplu oyunlar içeren resimler ve üç katlı olarak görülen bir tribünde oturan seyirciler görülmektedir.

İnka'lar sportif aktivitelerini diğer toplumlarla kendileri arasında yapmaktaydılar. Spor müsabakalarını her yıl yapıyorlardı. Bu yarışmalara gidilirken yolculuk esnasında dans edildiği, taklitlerin yapıldığı, güç gösterilerinin olduğu yarışların yapıldığı, bunlara ek olarak farklı eyaletler tarafından takımlar kurulduğu ve yarışmaların bu takımlar arasında yapıldığı görülmüştür.

Firavun Kırallığı Mısır'da, tarihçiler genellikle Mısır uygarlığını dört temel çağ üzerinde sınıflandırmışlardır. M.Ö. 27. yüzyıldan - 23. y.y. ve M.Ö. 6-7 yüzyıla kadar geçen bir süredir. Bu sürelerde, özellikle Afrika'dan ve Asya'dan olmak üzere toplumlar, Nil nehrinin kıyılarına ve vadisine göç etmişlerdir. Mısır'lılar da bu zaman zarfında bütün kontrolü ele geçirmişlerdir. Mısır'lılar birçok değişik kültürden insanlara böylece ortak bir kültür oluşturmuşlardır. Bu kültür olayı içerisinde de spor kavramı önemli bir yer almıştır. Mısır'lılar kuvvete dayalı performansları izlemekten çok zevk alıyorlardı. Toplu oyunlar, avcılık, balıkçılık ve yabani kuş avlamak Mısırlılar için popüler sporlardandı. Ayrıca; güreş, boks ve öküz dövüşleri de sevilerek izlenenler arasında yer almaktaydı. Her biri değişik uyuğa sahip 10 çift güreşçi ringe davet edilerek galiplerin, diğer grupların galipleri ile karşılaştırılması yoluyla final müsabakalarına gelinirdi. Şampiyon olan, soylular ve Kral tarafından ödüllendirilirdi. Spor Turizmi ile ilgili en ilginç, en önemli aktivitelerden biri de Kral için düzenlenen “ Moments of Bills” Sevişme Anlarıydı, bu aktiviteye değişik bölgelerden takımlar katılmakta, her takımın kendine ait seyircisi bulunmakta ve kazanan takımlar arasında ki sporcuların organizatörleri ödüllendirilmekteydi.

Su sporları da önemli bir yer tutmaktaydı. Mısırlılar kendi yaptıkları botları deniz ulaşımında kullanıyorlardı. Yüzme yarışlarına ve kürekli botlarla yapılan yarışmalara da dönem içinde rastlanmaktadır. Firavun rahipleri, ata binme, avlanma ve balıkçılık spor aktivitelerinden zevk alırlardı. Mısır Firavunları saraylarının bahçelerine yaptırdıkları suni havuzlar içerisinde balık avlıyorlardı ve tuttıkları balıklar için izleyen kesime kendilerini alkışlatıyorlardı.

Ayrıca dans, Mısır uygarlığı için önemli bir yere sahipti. Dans etmek insanların bir üst etnik sınıfa geçmesi için önemli bir etken olarak bile görülmekteydi. Krallar ve aydınlar için törensel danslara katılım, saygı gösterilen ve kabul edilen bir davranıştı.

Mısır kültüründe Spor Turizmi aşağıdaki gibi incelenebilir,

Beni Hassam mezarlarında , 300 güreş grubunun varlığı, atletik spor ve oyunların sıralandığı resmedilmiştir, İlyada destanında Sportif oyunlar ödülleriyle birlikte tanımlanmıştır. M.Ö. 6. yüzyılda, şampiyon bir sporcunun yazdığı sporla ilgili bir şiir bulunmuştur. Kralın layık gördüğü en büyük ödülü, ödüllü yarışmalarda TathmossisIII 130 fili ve 120 öküzü bir saat içinde avlayarak kazanmıştır. III.Ramses'in balkonlarında, güreş müsabakalarının resmedildiği tablolar yer almıştır. Mağaralarda Suriyeliler, Lübnanlılar ve Zencilerin Mısırlılara karşı eskrim ve güreş müsabakaları yaptıkları resmedilmiştir. Eski Krallıkların duvarlarında dansçıların, akrobatların ve cimnastikçilerin olduğu resimlere rastlanmıştır. M.Ö.776 yılında ilk Olimpik Oyunların yapıldığı ve bu oyunlarda at yarışları, güreş, boks, koşu ve pentantlon branşlarının olduğu görülmüştür burada seyirciler yalnızca erkeklerden oluşmaktadır ( Journal Of Sport Tourism,Vol. 3, No. 3. March 15, 1996).

Yunan tarihi boyunca insanlar eyalet adı verilen bölgelerde ayrı ayrı yaşarlardı. Bu eyaletler kendi aralarında mücadele ederlerdi, savaşlar içerisinde olmalarına rağmen Olimpiyatların ve festival müsabakalarını yapmaktaydılar. Onlar cesaret, onur, aşk ve fiziksel güzellikler gibi konulara önem vermişler ve öğretmişlerdir. Yunanlıların spora bakış açılarında göze çarpan en önemli olgulardan biri de “yaşamak için savaş - savaşmak için yaşa” teorisi üzerine kurulu olmasıydı.

Yaptıkları spor organizasyonlarının birçoğu tanrılarına bağlılık olarak ta gösteriliyordu. Sportif organizasyonlarda değişik eyaletlerden gelen ve başarılı olan sporcular yağ, gümüş, altın ve para gibi ödüller alırlardı. Ayrıca, yabancı ülkeden gelen ve başarılı olan insanların da ödül aldıkları ve müsabakaların daha rahat ortamlarda izlenebilmesi için çok sayıda stadyum vardı. Bu organizasyonlara daha fazla sayıda yabancı ve yerli izleyicinin katılabilmesi için yarışmaların Nisan ayı ve sonrasında, üç ile yedi günlük süreçlerde düzenleniyor olması, ilgi çekici yönlerinden biriydi. Bu dönemin bazı kazı sonuçları incelendiğinde değişik yarışmaların yapılmasına uygun farklı stadyum boyutlarına ulaşılmıştır. Olimpiyat oyunlarında ikamet etmek isteyen insanlara günümüzdeki konuk evleri gibi merkezlerin yapılmış olduğu görülmüş durumdadır. Yunanlıların spor anlayışları ile ilgili Sportif Arkeolojik kalıntılar sayesinde bilgi edinilmiştir. Bu arkeolojik bilgiler sonucunda; farklı boyutlarda stadyumlar, farklı uzunluk ve genişlikte spor sahaları olduğu görülmüş fakat kesin bir standardizasyon görülemedi. Nemea bölgesindeki kazılarda, seyirciler için kayalardan yapılmış oturakların olduğu bulunmuş, görüş açısı geniş olan locaların seyirciler için yapıldığı saptanmıştır. Ayrıca olimpiyat oyunlarını izlemek için dış ülkelere gelen turistlerin seyirci benchlerinde yatıp kalktıklarına dair izler bulunmuştur. Durant Will; Yunanlıların Yaşamı adlı kitabında , Yunanlıların Dans için “ Artistik Egzersiz” dediklerini , dini dans, evlilik dansı, folk dans ve sportif dansın Yunan halkı için çok önemli olduğunu söylemiştir. Olimpiyat Oyunları tarihinin diğer ülkelere ve eyaletlere duyurulması Yunanlıların en iyi koşucuları vasıtasıyla mesaj şeklinde ulaştırılmaktaydı (Journal Of Sport Tourism, Vol. 3, No. 3. March 15, 1996).

### **3.3. Spor Turizminin Çeşitli Etkileri**

Belli sınırları olmasına rağmen, spor turizminin, sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel alanlarda bazı etkileri bulunmaktadır.

#### **3.3.1. Spor Turizminin Ekonomik Etkileri**

Ülke ekonomisi için turizm, bir kazanç kaynağı ve döviz girdisi sağlayan olay olarak ne kadar önemli ise, bölgeler arası dengesizliğin giderilmesi, altyapısı bulunmayan bölgelere turizm oranının yüksek olduğu gelişmekte olan ülkelerde yeni iş ve meslek alanlarının açılması sayesinde işsizliğin azaltılması, tarım, ulaştırma, hizmetler ve diğer turizmle doğrudan ve dolaylı olarak ilgili bulunan ticari faaliyetlerin canlılık kazanması, üretimin artırılması gibi parasal olmayan gelişmeler de o kadar önemlidir (İçöz,O., Kozak, M.,(2002). Spor turizminin gelir hareketlerine olan etkilerinin yanı sıra, ekonomideki iş hacminin genişlemesi ve sektörlerin canlandırılması gibi makro ekonomik özellik taşıyan ve ticari işlemlerin yoğunlaşmasına yol açan ekonomik etkileri de vardır (Stephen D. R.,(2001). Spor Turizminin ekonomik etkileri, o ülke içerisinde yapılan kaliteli organizasyonlara katılan değişik formlarda ki insanların yaptıkları harcamalar sonucunda oluşmaktadır.

#### **3.3.2. Spor Turizminin Sosyo- Kültürel Etkileri**

Turizmin, ekonomide yarattığı istihdam etkisi ülkenin toplam istihdamını da etkilemektedir. Spor turizmi organizasyonlarına ev sahipliği yapan ülkeler; spor tesislerini, çeşitli elemanlarını, konaklama tesislerini ve alışveriş merkezlerini,

eğlence-dinlence merkezlerini gelenlerin hizmetine sunarak çeşitli kültürel değişmelere yol açarlar. Tabii ki pozitif veya negatif etkili de olabilmektedirler. Turizm sektörü, bilindiği gibi emek yoğun üretim tekniğinin hakim olduğu bir sektördür. Böylece, turistlerden sağlanan gelirler kendi sektörüne doğrudan, diğer sektörlerle de dolaylı istihdam olanakları yaratmaktadır.

### **3.3.3. Spor Turizminin Çevresel Etkileri**

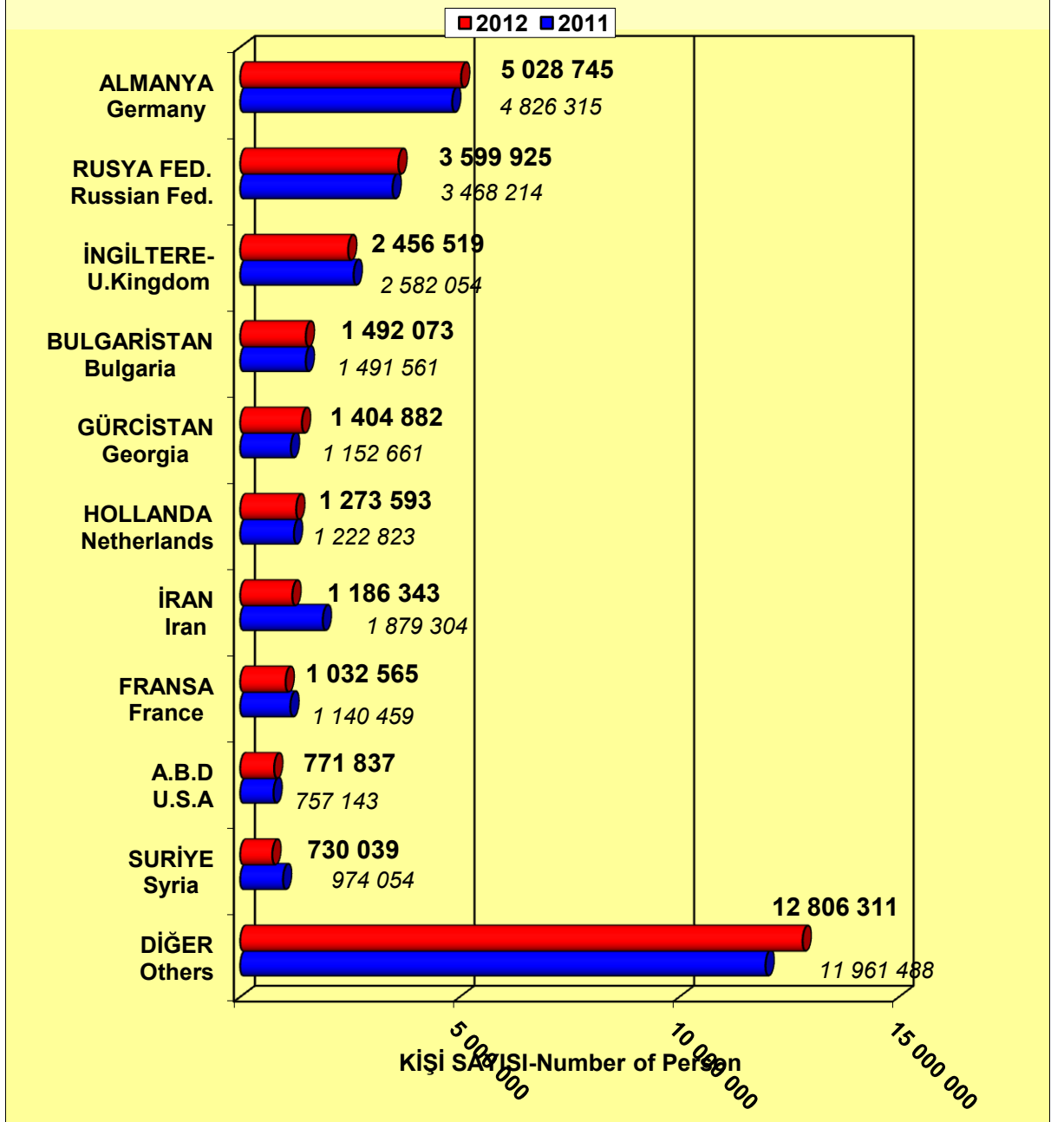
Spor turizmi çevreye verdiği etkiler açısından incelendiğinde; özellikle, outdoor sporların etkinliklerinin gelişimi, doğal ortamların kullanılabilirliği, verimi ve daha üst düzeyde tesisleşmeye gidilmesi açısından yararlı olabilmektedir. Fakat bu ortamlar içindeki toprağın, ağaçların ve bu ortam içinde yaşamını sürdüren canlıların zarar görmelerini de beraberinde getirmektedir .

### **3.4. Spor Turizmi Pazarlaması**

Pazarlama, tüketici istek ve ihtiyaçlarının neler olduğunu , hangi pazarlarda daha başarılı olunacağını belirleyen ve bu pazarlara en uygun mallar, hizmetler ve programların geliştirilmesi uygulanmasını sağlayan faaliyetleri konu almaktadır (TEK, B.Ö. (1999). Turizm pazarlaması ise, Dünya Turizm Örgütü'ne göre (WTO) Bir turistik destinasyonun bir turizm işletmesinin en yüksek kazanç elde etme amacıyla, turizm ürünlerinin pazarda iyi bir yer almasını sağlamak amacı ile turizm talebine göre turistik ürün ile ilgili araştırma, tahmin ve seçim yapmayı hedefleyen ve bu konularda alınacak kararlarla ilgili bir yönetim felsefesi olarak tanımlanmaktadır (İÇÖZ,O. (2001). Spor turizmi pazarlaması ise, Dünya turizm pazarından en yüksek payı ve geliri almak amacıyla bir turistik ürün çeşidi olan spor turizminden en verimli şekilde yararlanmak, spor turizmi pazarı ile ilgili tahminler

yapmak, ürünler geliştirmek ve uygulamaya koymak ile ilgili faaliyetlerin tümüdür. Turizm pazarlamasında, turistik ürün çeşidi ne olursa olsun turistik ürünün hizmet özelliği gözden kaçırılmamalıdır. Turistik ürün dayanıksız olmamalı,kalıcı olmalı, kullanmadan önce denenebilen bir ürün olmaması nedeniyle diğer ürünlerin pazarlamasından farklılıklar göstermesi gerektiği bilinerek hareket edilmelidir (Zeithaml, Av. ve Bitner, J.M. (1996). Turistik ürünün bu özellikleri ürünün pazarlama faaliyetlerini zorlaştırıcı etkiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle çeşitli sınıflandırmalardan yararlanmak pazarlamanın etkililiği açısından önem kazanmaktadır. Spor turizmi pazarlamasında; pazarlama sınıflandırması spor turizmi ürününün sunuluş biçimine göre, turizm işletmelerinde spor turizmi pazarlaması, büyük spor olaylarının ulusal ve uluslar arası düzeyde pazarlaması diye ikiye ayırarak incelenebilmektedir

Pazarlama faaliyetlerine geçmeden önce işletmeler kendi bünyelerinde deneyimli personelden oluşan bir bölüm kurmalı ya da profesyonel pazarlama şirketlerinden yararlanmalıdırlar. Pazarlama örgütü işletme için hayati önem taşımaktadır. Pazarlama örgütü pazarlama faaliyetleri ile ilgili pazar analizi, pazar bölümlenme, hedef pazar belirleme, pazar konumlaması, pazarlama karmasının oluşturulması ve pazarlama denetimi gibi çalışmalarını yapmalıdır. Turizm Bakanlığı'nın Web sitesinden alınan 2011-2012 verilerine bakıldığında, çeşitli ülkelere göre kişi başına düşen personel sayısına da ulaşılabilmektedir.



**Şekil 3.1. Ülkelere Göre Kişi Başına Düşen Personel Sayıları**

**Kaynak:** Turizm Bakanlığı Web Sitesi. Milliyetlerine Göre Gelen Yabancı Ziyaretçiler- 2011-2012 İlk 10) Foreign Visitor Arrivals by Nationalities - 2011-2012 (Top Ten) Yurt dışında ikamet eden vatandaş sayıları dahil değildir. / Citizens residing abroad are not included.



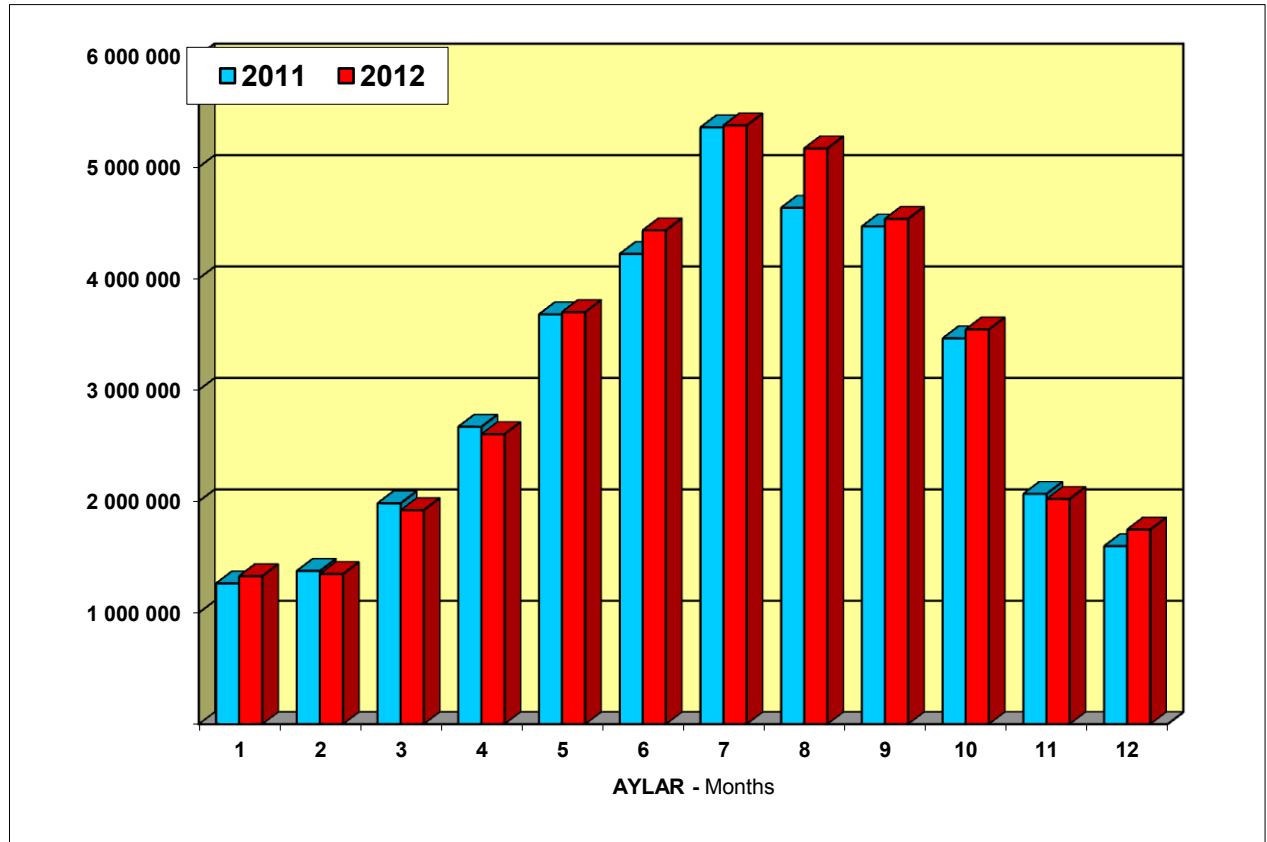
İşletmelerin kuruluş aşamalarında pazar analizleri yapılmasına rağmen pazardaki değişikliklere uyum sağlamak için pazar analizi tekrar tekrar yapılması gereken bir çalışmadır ( Denizer, D. (1992). Spor turizmi ile ilgili pazar analizi yapılırken hem yukarıdaki uygulamalara paralel hangi spor dalının turist çekici ürün olarak kullanılacağı, talebin mevcut durumu, gelecekte nasıl bir potansiyel izleyebileceği konusunda geçmiş verilerden yararlanılmalıdır. Pazar bölümlenme sürecinde spor turizmi ile ilgili hedef kitle belirlenir. İkinci aşamada, pazar ölçütleri, üçüncü aşamada, sayısal değerlendirme ile bir ya da iki pazar bölümü seçilir, dördüncü aşamada da, sayısal analizlere yer verilerek turistik tüketicilerin özellikleri belirlenir, beşinci aşamada , pazar boyutu, erişilebilirliği ve pazarlama karmasına olan tepkinin değerlendirmesi yapılır (İçöz, O. (2001) .

Bütün bu aşamalardan sonra, turistik ürünün spor aktivitesinin konumlandırma çalışması yapılmalıdır. Turizm endüstrisinde konumlandırma, hizmet üretimi söz konusu olduğu için bölgesel, ulusal ve uluslar arası düzeyde aynı tür ürünlerden farklı olduğu imajı sunulan ürünün özellikleri ön plana çıkarılarak ortaya koyulmalıdır. Pazarlama karması P. Kotler tarafından, “işletmenin hedef pazar içinde satış araştırması aşamasında kullanımını sürdürdüğü kontrol edilebilen pazarlama değişkenlerinin oluşturduğu bir karışım” olarak tanımlanmaktadır. Bu değişkenler, 4 P olarak adlandırılan ürün, fiyat, yer ve satış geliştirmeden oluşmaktadır (Hollaway, C.J.& Plant R.V., (1992). Turizm endüstrisinde ise bu 4 P’ye programlama, paketleme, ortak çalışma ve insan’ın oluşturduğu 4 P daha eklenmektedir. 8 P’nin spor turizmi pazarlaması için kullanılması ise şöyledir. Ürün: Spor hizmetleri oluşturulan ürün karmasında yer alan bir alt ürün olarak karşımıza çıkmaktadır. Ürün belirleme işleminde dikkat edilecek nokta müşteri odaklı olmak,

araştırma ve geri bildirimlerden yararlanarak tüketici gereksinimlerine cevap vermektir. Pazarlama karması içinde yer, üretilen ürünlerin hangi pazarlarda ve hangi dağıtım kanalları yardımıyla hangi dağıtım yöntemleri kullanılarak tüketicilere ulaştırılacağı belirlendiği aşamayı ifade etmektedir. Bu aşamada sunulacak spor turizmi ürününün kaç aşamalı dağıtım kanalı ile pazara sunulacağı, hangi ulaşım araçlarından yararlanacağı belirlenir. Fiyatlama, pazarlama karmasında da tüketici talebini doğrudan etkileyen bir değişkendir. Spor turizmi ürünü için fiyatlama yapılırken, sunulan ürünün kalitesi, maliyetleri, fiziksel ulaşılabilirliği, rakiplerin fiyatları, pazarın gelişme potansiyeli, hedef kar, değişik dönemlerde satış artırma çabaları gibi değişken unsurlar dikkate alınmalıdır . Zaman zaman tesisi tanıtma amacıyla indirimli fiyatlar uygulanabilir (Nykiel, A.R. (1997). Satış geliştirme faaliyetleri içinde; reklam, halkla ilişkiler, kişisel satış gibi birçok unsur yer almaktadır (Tavmergen ve Meriç Ö.P. (2002). Spor turizmi kapsamında sunulan ürün de önceden planlanıp programlama yapılmasını gerektirmektedir. Ayrıca, tüketicinin gereksinimlerini dikkate alarak turistik ürünlerin bir araya getirilmesi ve paketlenmesi çalışmaları yapılmalıdır . Spor turizmi düşünüldüğünde ortak çalışma, belli bir yörede faaliyet gösteren aynı spor olanaklarını sunan işletmelerin bir araya gelerek ulusal ya da uluslar arası bir turnuva düzenlemek şeklinde ortaya çıkabileceği gibi sporla ilgisi olmayan diğer tamamlayıcı mal ve hizmet sunan işletmeler ile işbirliğini de kapsamaktadır. ( Vrondou, P.O. (1998). Turizm endüstrisinin emek-yoğun özelliği pazarlama karması içinde insan faktörünün ne denli önemli olduğu konusuna ışık tutmaktadır. İşletmenin pazarlama planında geliştirdiği pazarlama karmasının belirlenmesi ve uygulanması sonucunda, sürecin ölçümü, değerlendirilmesi ve düzeltici faaliyetlerin oluşturulduğu aşama pazarlama denetimi olarak tanımlanmaktadır. Spor turizmi alanında faaliyet gösteren işletmelerde de

pazarlama denetimi belirlenen hedeflere ulaşmak açısından büyük önem taşımaktadır. Büyük spor olayları sadece olimpiyatlar ile sınırlı ve sadece uluslar arası nitelikte değildir. Otomobil yarışları (Formula1, Nascar rallileri), marka kupaları (Palio cup, Uno cup gibi.), bisiklet, motosiklet yarışları, futbol kupaları (FIFA, UEFA), tenis, golf, basketbol, voleybol turnuvaları, Akdeniz oyunları, üniversite olimpiyatları ve maratonlar gibi birçok değişik spor alanında oluşturulan organizasyonları kapsamaktadır. Organizasyon hangi spor alanında, ulusal ve uluslar arası hangi düzeyde yapılırsa yapılısın ekonomik etkileri beraberinde getirmektedir (Stedman G. (2001). 2011-2012 yıllarında Turizm Bakanlığı'nın web sitesinden alınan bilgilere göre ülkemize gelen ziyaretçilerin aylara göre dağılımı görülmektedir.

Aylara Göre Gelen Ziyaretçiler (2011-2012) Visitor Arrivals by Months (2011-2012)



Şekil 3.2. Ülkemize Aylara Göre Gelen Ziyaretçiler

Kaynak: Turizm Bakanlığı Web Sitesi 2014

### 3.5. Spor Turizminin Geleceği

Fiziksel aktivitelerin kültürel yapısı ve seyahat edilen meknların kültürel deneyimleri birleşip spor turizminin doğasını oluşturacaklardır. Yeni spor branşları özde varolan branşların birbiriyle karışımı, melez spor branşlarını da oluşturmaktadır. Örneğin srf ve kayak branşlarının birleşmesinden snowboard , sky diving ve srf sporlarının birleşiminden gökyüzü srfnn (sky surfing) oluşması gibi. Böylece spor turizminde, gelecekte farklı spor formlarının sayısının oldukça fazla olacağı kanaatine varılmaktadır. Bulunan her yeni spor formu bu çerçeveye dahil edilebilecektir (De Knop, P. (1995).

Spor turizmine katılımın geleceği olarak turizm istatistikleri incelendiğinde orta yaş ve yaşlı turist grubuna giren insanların daha fazla seyahat edebildikleri görülmüştür. Bu durumun sebebi, zaman ve finansal şartların daha uygunluğuna bağlanabilir. Erken emekli olma şartları tüm dünyada kabul görürse spor turizm pazarının eşitleneceği de bir alternatif olarak düşünülür (Gibson, H. (1998). Sağlık bilinci özellikle yaşlı insanlarda spor turizmine bireysel ve grup katılımını artacaktır (Standeven, J & De Knop, P. (1999). Kısa süreli geziler hafta sonu veya beş günlük , kayak gezileri, golf turnuvaları vb. birçok spor turizmi aktivitesinin sayısını da artıracaktır (Parks,J.,Zanger,B.& Quarterman, J.1998). Spor ve turizmin altyapıları kendilerine gerekli olan estetik ve anlamlılık ihtiyaçlarının göstergesi olarak üst üste gelir. Bu ihtiyaçlar doğal ve insan yapımı olanların estetik yapısı ve anlamlılık (yarişma, yarişmama, kişisel farklılıklar) yapılarını ifade etmektedir. Bu ihtiyaçların ikisi de yöneticilere, organizatörlere, liderlere ve diğerlerine gerek duyar. Spor turizminin serbest zaman yapılanmasını ve popülaritesini arttırır (Glyptis,S.(1982).

Konaklama, ürün, servis ve tesislerin nitelikli olmaları o ülkede işsizliğin azalmasına ve ekonomik gücün artmasına yardımcı olacaktır. Nepal’ de gelen turistlere sıcak su sunabilmek için odunların yakılması (Kurtzman, J.; Zauhar, J. (2001). Endüstriyel ülkelerdeki büyük şehirlerin sportif açıdan gerilemeye başlamaları, yeni birçok tesisin düşüncesizce yapılması, bu tesislerin o kadar büyük bir kalabalıkta boş kalmasına, devasa boyutlarda ki stadyumların kullanılmadan çürümeleri örnek olarak gösterilebilir. Bu durumun ortadan kalkması için gelecekte spor, turizm ve spor turizmi kavramlarının ulusal ve global kontrolüne ihtiyaç olacaktır. Spor turizminin bugünkü şartlarda ve gelecekte ilişki içinde olduğu ekonomi, çevre, sosyo-kültürel yapı ve sağlık gibi birçok konu ,bütün bu olgular ile spor turizmi arasında hem pozitif hem de negatif sonuçlar ortaya çıkabilir. Global politika ve ekonomideki değişikliklerin, özel sektörün baskın olduğu, üretici bir yaklaşımla, spor turistinin isteklerini karşılayabilen bir spor turizm sektörü oluşturması gerekmektedir. Spor turizminin, turizm sektöründe önemi gittikçe büyümektedir. Katılımcılar, seyirciler, toplumlar, organizatörler, hükümetler ne kadar çok duyarlı olurlarsa spor turizmi o kadar çok güçlenecektir (Gammon,S.ve Robinson,T.,(2000).

#### **4. TÜRKİYE’DE SPOR TURİZMİ ,STRATEJİSİ, POLİTİKASI ve TÜRKİYEDE’Kİ SPOR TURİZMİNDE OLİMPİYAT OYUNLARININ ETKİLERİ**

##### **4.1. Türkiye’de Spor Turizmi**

Türkiye’de spor turizminin ilk bilimsel adımı Muğla’da Turizm Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı, Muğla Üniversitesi işbirliği ile atılmıştır. Bu adımda sportif tesislerdeki, sportif animasyonların disiplin altına alınması amacıyla, spor turizmi animatörlerinin Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yetiştirmeye başlanacağı, 1998 yılından itibaren Turizm Bakanlığının belgesine sahip olmayanların spor turizmi faaliyetlerinde yer alamayacağı belirtilmiştir. Zorba ve Ark. (2002) yaptıkları araştırmada; Türkiye’ye tatil amaçlı gelen turistlerin genellikle 36- 45 arası yaş grubu olduğu, genellikle dört veya beş yıldızlı otelleri tercih ettikleri, tatil köylerinde kalan turistlerin en yararlı ve gerekli turizm çeşidi olarak Spor Turizmini gördükleri, otelde kalan turistlerin ise Kültürel Turizmi en yararlı ve gerekli turizm türü olarak gördüklerini saptamışlardır. Turizm sektöründe sporun ve fiziksel egzersizin önemine varılması, son yıllarda bu unsurların yerli ve yabancı turistlerin hizmetine sunulması sürecini hızlandırmıştır. Bu süreç içerisinde hem resmi hem de özel kurum ve kuruluşlar yer almaya başlamıştır.

Karadeniz bölgesinde bulunan Bartın; yaylalar, mağaralar, kanyonlar, şelaleler, koylar, birbirinden ilginç doğal alanlar, yüksekliği 2000 metreyi bulmayan

ama oldukça dik ve sarp dağ sıraları ile doğa tutkunlarını gezi-yürüyüş, tırmanma, dağ bisikleti, yamaç paraşütü, su kayağı, rüzgar sörfü ve motokros parkurları ile spor turizmi açısından iddialıdır (www.tursab.org.tr).

Pers dilinde 'Güzel Atlar Ülkesi' olarak da anılan Nevşehir'in Kapadokya bölgesinde, at sırtında bölgenin göz alıcı tarihi ve kültürel merkezlerini ziyaret etmenin keyfini yaşayan turistler, safariye dönüşen ziyaretleri ile engebeli arazileri çok rahat gezebiliyor. Bisiklet, motosiklet ve deve turlarına alternatif olarak at turlarının düzenlenmesi ve turistler tarafından büyük bir ilgiyle karşılanması yöre halkının da büyük bir maddi memnuniyet içerisinde olmasını sağlamaktadır. Erciyes bölgesi kayak sporu, dağ sporu değerleriyle spor turizmi içerisinde dağ turizmi açısından her geçen gün değer kazanmaktadır. Ardahan'da, 1998 yılında, spor turizmine ilişkin ilk çalışma yapılmıştır. Valilik, Turizm Bakanlığı, Orman Bakanlığı, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ve Afet İşleri Genel Müdürlüğü işbirliği ile yapılan etüt ve tespitler sonucunda, il merkezine 12 km. uzaklıktaki Yalnızçam Köyü-Uğurludağ mevkiinin kış sporlarına ve özellikle "Alp Disiplini" kayak yarışlarına uygun bir merkez haline getirilmesine karar verilmiştir. Kayak alanının dağın kuzeybatı istikametinde olması, 800 metre kot farkının uluslararası standartların üzerine çıkması, kar yağışının Ekim ayından Mayıs ortalarına kadar sürmesi, kayak sporunun yapılacağı doğal arazilerin dağ tepelerinden vadi tabanlarına doğru sürekli homojen eğilimlidir. Son yıllarda uluslararası bir spor ve kamp merkezi haline gelen Antalya, özellikle futbol turizmi açısından tarihinin en yoğun dönemini yaşamaktadır. Antalya spor turizmi içerisinde sadece futbol klüplerine sunduğu olanaklarla değil, bir çok alternatif spor branşları ile yer almaktadır. Antalya'nın Serik İlçesi'ne bağlı Belek'teki turistler, gruplar halinde

futbol, golf, tenis, voleybol, yüzme, basketbol, yoga, dans, paten ve bisiklet ve doğa yürüyüşü etkinliklerine katılmaktadırlar. AA(Anadolu Ajansı) muhabirinin görüştüğü turizmciler spor turizminin kollarından biri olan, "futbol turizmiyle" Antalya'nın iyi bir rüzgar yakaladığını kaydederek, kış aylarında önemli bir hareketlilik getireceğini bu turizmi yöreye kazandırmak istediklerini bildirmişler. Turizmciler, biri Marmaris merkez, diğeri İçmeler'de olmak üzere iki çim sahası bulunan Marmaris'e 10 adet çim futbol sahası daha yapmayı hedeflediklerini bildirmişlerdir (Anadolu Haber Ajansı, 14.01.2004, İstanbul). 2014'e gelindiğinde; Antalya'da 200 civarında otellere ve kurumlara ait futbol sahası yapılmış durumda (www.turizmgazetesi.com.Erişim.25.05.2014). Bu futbol sahalarından; bölgede, nizami 47 futbol, 12 antrenman sahası mevcut (www.dha.com.tr.Erişim25.05.2014). Turizm ülkemiz için dış pazarlarda rekabet gücü en yüksek sektörlerden birisidir. Öncelikle turizm sektörünün direncini artırıcı önlemler alarak; kriz dönemlerinde ayakta kalabilen, kendi kaynağını yaratabilen ve özdenetim yapabilen sağlıklı bir yapıya kavuşturulması sağlanmaktadır (Devlet Planlama Teşkilatı, "8. Beş Yıllık Kalkınma Raporu: Turizm Bölümü", Ankara).

#### **4.1.1. Akarsu Turizmi**

Türkiye'de irili ufaklı yüzlerce akarsu bulunmakta olup, bir çoğu akarsu sporlarına elverişli yapıdadır. Yeryüzünün en hızlı akan nehirlerinden biri olarak ün yapan Çoruh nehri dünyaca tanınmakta olup, 1993 yılında 28 ülkeden 300 sporcu, bilim adamı ve basın mensubunun katıldığı 4. Dünya Akarsu Şampiyonasına ev sahipliği yapmıştır. Ülkemizdeki akarsuların büyük bölümü "akarsu turizmi" olarak tanımlanan rafting, kano ve nehir kayağı için çok elverişlidir. Büyük yatırımlar



gerektirmeyen akarsu turizmi, çevrenin tarihi, arkeolojik, kültürel, otantik değerleri ve diğer turizm çeşitleriyle bir bütün oluşturmaktadır. Nehir eğiminin ve su hacminin yüksek olduğu yerlerde, nehrin botlarla geçilmeye çalışıldığı spor dalına rafting denilmektedir. Rafting turizmi İkinci Dünya savaşı sırasında Amerikalı askerlerin çıkartma yapmak amaçlı kullandıkları, kauçuktan yapılmış şişme botların savaş sonrasında rekreasyonel amaçlı kullanılması ile başlamıştır. Türkiye su sporları (rafting, kano ve nehir kayağı) için zengin doğal kaynaklara sahiptir, ziyaretçilerine önemli bir rafting turizmi potansiyeli sunmaktadır. Rafting'in spor olarak yapılması, akarsularda turistlere tur düzenlenebilmesi, bugün kullanılan raft adını verdiğimiz botlarla olmaktadır. Doğaya zarar vermeden direnç gösterme ilkesine dayanan bu sporda akarsular; suyun akış hızı, hacmi, nehir yatağının genişliği, suyun düşüş yükseklikleri gibi zorluk kriterlerine göre sınıflara ayrılırlar (www.members.lycos.co.uk Erişim Tar:20.12.2013). Rafting Türkiye'de ilk olarak 1992 yılında İspir'de başlayarak Artvin'de sona eren 335 km.lik güzergâhta, 6 şişme botla yapılmıştır. Çoruh nehrini barındıran Artvin ilinin topraklarının büyük bir bölümünü sarp ve geçit vermeyen dağlar kaplamıştır. Çoruh nehri bu dağlık bölgelerin arasından geçerek Karadeniz'e ulaşmaktadır. Çoruh'un Artvin sınırları içerisindeki uzunluğu yaklaşık 150 kilometreyi bulur. Çoruh nehri aynı zamanda dünyanın en hızlı akan nehirlerinden biridir. Nehir, otantik yapısı ve tarihi zenginlikleriyle turistik çekim alanı özelliği taşımaktadır (Koşan, 1994).

Ülkemizde raftinge uygun akarsular: Çoruh nehri, Köprüçay, Manavgat Çayı, Dim Çayı, Adana-Feke-Göksu Nehri, Zamatı Irmağı, Fırat nehrinin bir kısmından oluşmaktadır.

#### 4.1.2. Av Turizmi

Türkiye'nin coğrafi yapısı, bitki örtüsü ve yaban hayatı bakımından av turizminin gelişmesine elverişli konumdadır. Ülkemiz ormanlarında düzenlenecek Av Turizmi için, 4915 sayılı "Kara Avcılığı Kanunu" ve bu Kanuna dayanılarak çıkartılan 08.01.2005 tarih ve 25694 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Yerli ve Yabancı Avcıların Av Turizmi Kapsamında Avlanmalarına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik" ile 6831 sayılı "Orman Kanunu" hükümleri kapsamında Orman ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğüne belirlenen esaslar dahilinde yürütülmektedir. Türkiye topraklarında avcılıkla ilgili ilk yazılı düzenleme, 26 Kanunisanı 297 tarihinde (26 Ocak 1882) "Zabıta-i Seydii Berri ve Bahri Nizamnamesi" ile getirilmiştir. Bu nizamname, av hayvanlarının korunması ve avcılığın düzenlenmesi amacıyla 13 Mayıs 1937 tarihinde 3167 sayılı Kara Avcılığı Kanunu'nun yürürlüğe girmesine kadar geçerli olmuştur. 11 Temmuz 2003 tarihinde yürürlüğe giren 4915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu ile günümüz koşullarına uygun avcılık ilkeleri belirlenmiştir. Bu kanunun uygulanmasını sağlamak amacıyla 10 yönetmelik çıkarılmıştır.

Türkiye'de av turizmi faaliyetleri;

1. 4915 sayılı "Kara Avcılığı Kanunu",
2. Av turizmi kapsamında yapılan av organizasyonlarında uyulması gereken kurallar, yerli ve yabancı avcılarının avlanma ilkeleri ile bu tür organizasyonları yürütecek acente ve görevlilerin yapacakları iş ve işlemleri kapsayan "Yerli ve Yabancı Avcıların Av Turizmi Kapsamında Avlanmalarına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik",

3. Kanunun ilgili maddesine dayanılarak oluşturulan ve her yıl o yılın av dönemi ile ilgili uyulması gereken kuralları içeren Merkez Av Komisyonu (MAK) kararı hükümleri,

4. Diğer Kanunlar (Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu; Ateşli Silahlar ve Bıçaklar ile Diğer Aletler Hakkında Kanun; Yabancıların Türkiye’de İkameti ve Seyahati Hakkında Kanun; Avda ve Sporda Kullanılan Tüfekler, Nişan Tabancaları ve Av Bıçaklarının Yapımı, Alımı, Satımı ve Bulundurulmasına Dair Kanun; Askeri Yasak Bölgeler ve Güvenlik Bölgeleri Kanunu, Hayvan Sağlığı ve Zabıtası Kanunu; Milli Parklar Kanunu; Çevre Kanunu vb.)

5. Uluslararası sözleşmeler (BERN, CİTES) çerçevesinde yürütülmektedir.

Av turizmi; turizmin değişik bir uygulama şekli olup avcı niteliğine sahip kişilerin avlanma amaçlarını gerçekleştirmek üzere belirlenmiş ilkelerle yaptıkları etkinliklerdir. Avcılar, av turizmi faaliyetleri ile yaban hayvanlarının boynuz, diş, post benzeri hatıra değeri taşıyan kısımlara sahip olmakla birlikte, değişik kültürleri tanıma ve değişik yerleri görme olanağı elde etmektedirler.

Av turizmi uygulamaları, turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi, turizm hareketlerinin ülke geneline ve tüm yıla yayılması ile sosyo-ekonomik kalkınmanın homojen dağılımının sağlanmasında etkili olmaktadır.

Avlanmayı Düzenleyen Kuruluş:

1- Yaban hayvanlarının sayılarının sürekliliğini sağlayıcı koruma, bakım ve üremesine engel zararlılarla mücadele önlemlerini alarak popülasyonların devamını sağlamak,

2- Envanter çalışmaları ile taşıma kapasitesi de dikkate alınarak yeterli popülasyona ulaşmış av hayvanlarının avlatılarak yaban hayatı kaynaklarının sürdürülebilir yönetimini sağlamak,

- 3- Avcılığın, doğal hayata zarar vermeden bilinçli olarak yürütülmesini sağlamak,
- 4- Doğal kaynakların turizm amaçlı sürdürülebilir kullanımını sağlamak,
- 5- Yöre insanların yaban hayatı kaynaklarının varlığından oluşan katma değerden yararlandırılmasını sağlayarak kırsal kalkınmaya destek vermek temel ilkeleri gözetilerek, yenilenebilir doğal kaynakların bir parçası olan av hayvanlarının av turizmi kapsamında av organizasyonları, Çevre ve Orman Bakanlığı, Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir.

Türkiye’de av turizmi faaliyetleri ; 1950’li yıllarda avcılarının birçok av hayvanını herhangi bir kurala bağlı olmaksızın bedelsiz avlamalarıyla başlayan süreç 1970’li yıllara çeşitli kuralların getirilmesiyle yasal anlamda av turizmi uygulamalarını başlatmıştır.

1977 yılında yabancı avcılarının avlanabilmeleri, seyahat acentesi aracılığıyla ülkemize girebilmeleri ve bir bedel ödeyerek avlanabilmeleri ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır ve yurdumuzda ilk av turizmi uygulaması 1977 yılında yaban domuzu (*Sus scrofa*) avı ile başlamıştır.

1964 yılında korumaya alınıp yeterli popülasyona ulaşan Antalya-Düzlerçamı Yabankeçisi Koruma ve Üretim Sahası’ndaki yaban keçileri (*Capra aegagrus*)1981 yılında av turizmine açılarak yabandomuzu dışındaki av hayvanlarının avına izin verilmiştir.

1984 yılından itibaren yerli turist avcılar da av turizmi kapsamında avlanmaya başlamıştır.

### **4.1.3. Dağ Turizmi**

Türkiye, farklı yüksekliklerde, zengin jeo morfolojik ve tektonik yapıya sahip, flora ve faunası olan ormanlara ve silüete sahip, zengin av ve yaban hayatı olan dağlarıyla hem kış turizmi hem de dağ yürüyüşü ve tırmanışları için dağcılık sporunu sevenlere olağanüstü çekici ve ilginç olanaklar sunar. Ağrı- Ağrı Dağı, Antalya-Beydağlar, Kayseri-Erciyes Dağı, Mersin-Bolkar Dağları, Niğde-Aladağlar, Rize-Kaçkar Sıradağları, Tunceli-Mercan (Munzur) Dağları, Van-Süphan Dağı gibi dağlarımızı her yıl dünyanın çeşitli yerlerinden çok sayıda turist dağ tırmanışı ve yürüyüşü için ziyaret etmektedir.

### **4.1.4. Golf Turizmi**

Türkiye, son yıllarda art arda hizmete giren uluslararası nitelikteki golf tesisleriyle, gerçekleştirilen turnuvalarla dünya golf severlerini bir araya getirerek benzerleri arasında niteliklerinin yüksekliğiyle göze çarpan bir golf merkezi konumuna dönüşmüştür. Türkiye’de Antalya İli başta olmak üzere, Muğla ve İstanbul İllerinde golf sahaları bulunmakta olup özellikle Antalya'nın 30km doğusunda yer alan Belek beldesi gerek kültürel, tarihsel ve doğal yapısıyla gerekse nitelikli golf sahaları ve tesisleri ile eşsiz bir golf turizmi potansiyelini oluşturmakta olup uluslararası turnuvalarda ev sahipliği yapmaktadır. Ülkemizde golf tesisleri çoğunlukla sahile yakın yüksek kapasiteli zengin yeme-içme, alışveriş, eğlence olanaklarının sunulduğu konaklama tesislerinin yakınındadır. Bu tesisler doğa ile iç içe düzenlenen golf sahaları ile ziyaretçilerine doğaya dönük bir ortamda tatil geçirebilmek için fırsatlar sunmaktadır. Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nca belgelendirilen 10 adet Yatırım Belgeli tesis, 15 adet İşletme Belgeli tesis

bulunmaktadır. Kùltür ve Turizm Bakanlığı golf turizmine yönelik olmak üzere Antalya, Aydın, Muğla, Mersin ve Nevşehir İllerinde Kùltür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi, Turizm Merkezi ve Turizm Alanı içerisinde yer alan 29 adet golf alanı planlanmış olup yaklaşık 25.000 yatak kapasitesi hedeflenmektedir. Bu golf alanlarının bir kısmı işletme faaliyetine geçirilmiş, diğer bir kısmı ise halen yatırım aşamasındadır.

#### **4.1.5. Hava Sporları Turizmi**

Türkiye, yamaç paraşütü, yelken, kanat, planör, paraşüt, balon gibi hava sporları meraklıları için keşfedilmesi gereken bir ülkedir.

##### **4.1.5.1. Yamaç Paraşütü**

Yamaç Paraşütü sporu, ilk bakışta serbest atlama paraşütüne benzeyen bir paraşüt ile yüksek bir tepeden koşulmak suretiyle havalanmaktır. Eğimli ve yüksek bir tepeye açık olarak serilen paraşüt, pilotun koşmaya başlaması ile hava ile dolar ve pilotla birlikte havalanır. Uçuşların süresi kullanılan malzemenin performansı ve pilotun tecrübesine bağlı olarak kilometrelerce /saatlerce sürebilir. Tek kişi olabileceği gibi iki kişilik ( tandem ) kanatları da vardır. İlk denemesi 1940'lı yıllara uzanan yamaç paraşütü günümüze kadar pek çok değişiklik göstermiş, uçuş süresi ve güvenliğini artırıcı yapısal gelişme kaydetmiştir. İlk yamaç paraşütü serbest atlayış paraşütüne benzemekteydi. Zamanla değişiklik göstererek basınca dayanıklı olma özelliği yerine yüksek kaldırma gücüne sahip aerofil yapıya dönüştü. Yamaç paraşütü kanat yapısı 1980'li yıllardan itibaren kolay havalanan, iyi bir süzülme performansı ve yavaş çöküş oranı için en uygun şekline ulaştı. Ülkemizde Yamaç

Paraşütü Sporu 1990 başlarında Fethiye Ölüdeniz bölgesindeki Baba Dağı'nın yabancı pilotlar tarafından keşfedilmesi ile tanınmış, ilk olarak üniversite kulüplerinde aktif olarak başlamıştır. Bilinen en ekonomik hava aracı olması ve doğa sporları ile iç içe olması bugün geniş bir kitle tarafından sevilerek yapılmasını sağlamıştır. Temelde özel bir yetenek ve aşırı efor gerektirmeyen Yamaç Paraşütü Sporu standart bir eğitim sonrasında yapımı oldukça kolay ve zevklidir. THK, üniversite kulüpleri ve özel kulüpler tarafından Yamaç Paraşütü Eğitimleri düzenlenmektedir.

#### **4.1.5.2. Yelken (delta) Kanat**

Yelken kanat motoru olmayan, rüzgar ve diğer hava etkileri ile uçuş yapabilen tek kişilik bir uçuş aracıdır. Havalanma, havada kalma ve havalanma yeri yamaç paraşütüne benzer. Ancak uçuş için daha fazla eğitim süresine ihtiyaç vardır. Güvenlik için kişiye bağlı paraşüt de bulunmaktadır.

Uçuş Bölgeleri: Yamaç Paraşütü yapılan yerlerde yelken-kanat sporu da yapılabilir.

Yapısı: Kanatlar, Yelken-kanat ortalama 25-30 kg ağırlığında, açıldığında 10 kanat uzunluğundadır. ( katlanmış standart 4 m ) Başlangıç, Orta ve İleri Sınıf kanatlar mevcuttur. Eğitimlere başlangıç sınıfı eğitim kanatları kullanılır, uçuş tecrübesi arttıkça orta sınıf kanatlarla uçulabilir. Ancak ileri seviye modeller için çok uzun süre uçmak ve tecrübe kazanmak gereklidir. Modeller ileri seviyeye geldikçe kanat hızlanır ve kanadı kontrol etmek zorlaşır.

Havalanma: Ülkemizde uçuşa başlama, uygun hava koşullarında, uçuş tepesinden kanatları sırtlayarak koşmak şeklindedir. Yükseklik kazanmak için genelde tepeye vuran yani karşıdan gelen rüzgar olmalıdır. Diğer bir yöntem de yerden yükselen

sıcak hava sütunları, yani termikler kullanılır. Bu sıcak hava yükselirken içinde daireler çizen delmayı da beraberinde havalandırır. Normal bir uçuşta birkaç saat havada kalır.

#### **4.1.5.3. Balon**

Dünyada ilk ortaya çıkışı 18.yy sonlarına uzanan balonla uçuş sporu ülkemizde de yoğun ilgi görmektedir. Uzun yıllardır bireysel sportif amaçlı yapıldığı gibi, turistik yörelerimizdeki yerel etkinliklerde balonla kent turları düzenlenmektedir. Balon, içine doldurulan sıvı propan gazının ısıtılması ile havalanır. Yabancılar için uçuş kuralları vardır, bu kurallar şöyledir; Balonla uçuş öncesinde, uçulacak olan hava aracı tescil işareti, uçuş amacı, uçuş tarihi, uçuş saati, uçuş bölgesi belirtilerek Ulaştırma Bakanlığı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğüne müracaat edilir. Ülkemizde Balonla 15 günden fazla bir süre uçuş yapılacak ise; yabancı pilotların lisanslarının Ulaştırma Bakanlığı Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından geçerli kılınması gerekmektedir.

#### **4.1.5.4. Mikrolayt**

Mikrolayt, oldukça basit motorlu uçuş aletidir. Basit motor yapısı ile öğrenmesi ve kullanması kolay olan mikrolayt tek ve iki kişilik olabilir. 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 çok az yakıtla uzun saatler uçabilir. Mikrolayt uçuşu tüm Dünya ülkelerinde yapıldığı gibi



ülkemizde de yapılmaktadır. Türkiye'de microlayt ile uçmak için Türk Hava Kurumu'na ya da havacılık kulüplerine başvurulmalıdır.

#### **4.1.5.5. Planör**

Planör, kalkışı başka bir motorlu uçak tarafından çekilerek veya pist başında bulunan bir motora bağlı çelik halat yardımı ile hızlı bir şekilde çekilerek sağlanan motorsuz uçuş aracıdır. 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, motorsuz olduğu için özel bir kanat tasarımı vardır. Kanat profillerinin özel dizaynı, kanatların büyük ve geniş olması planöre büyük bir kaldırma kuvveti kazandırır. Planörün havada kalışı ve ilerlemesi hava fileleri ile sağlanır. Planörün ileri gidişi pozisyonunda oluşan hava fileleri kanat üstü profil kesiti sayesinde kanat üstünde türbülans oluşturur, yine kanat altı profil kesiti nedeniyle hava fileleri kanat altında kaldırıcı kuvvet meydana getirirler. Böylelikle havada kalma ve ilerleme sağlanır, çok kısa mesafede iniş kalkış yapabilir. Planörün kokpiti tek veya çift kişilik olabilir. Planör Eğitimi, Planör Eğitim Kursları Türk Hava Kurumu tarafından yapılmaktadır.

#### **4.1.5.6. Model Uçak**

Model uçaklar, insan taşıma yeteneği olmayan, havadan ağır, belirli boyutlarda yapılan, kontrollü ve serbest olarak uçabilen hava araçlarıdır. Model uçak yapımı ve uçurmak oldukça zevkli ancak sabır isteyen bir hobidir. Ülkemizde pek

çok model uçak kulübü ve üyesi 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 Öğretmen 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. Talep olduğunda bölgesel kurslar da düzenlenmektedir.

#### **4.1.5.7. Paraşüt**

Paraşütle atlama sporu için Türk Hava Kurumu ve özel havacılık kulüpleri eğitim vermektedir. Aşağıdaki eğitim ve programlar THK'na aittir. Tandem ve AFF Atlayışı: Tandem Atlayışı, Bir paraşütle iki kişinin atlayış yapmasıdır. Daha önce hiç paraşüt atlayışı yapmamış kişilerin, tecrübeli bir tandem pilotu ile birlikte yaptıkları atlayıştır. Tandem atlayışında yolcunun yapması gereken çok fazla bir şey yoktur, tüm kontrol tandem pilotundadır, yolcuya uçağa çıkmadan önce 20 dakikalık bir briefing verilir ve atlayışa çıkılır. Tandem atlayışında, 3000 m irtifadan paraşütü açmadan önce yaklaşık 180 km/saat hızla 30sn kadar serbest düşüş yapılır, ardından paraşüt açılır ve açık paraşüt ile ortalama 3 dakika havada kalınır.

AFF (Accelerated Freefall) : Hızlandırılmış serbest düşüş olarak adlandırılan bu atlayış, öğrencinin serbest düşüş ustalığını geliştirir. Öğrenci 3000 m. irtifadan iki öğretmen ile birlikte paraşütü açmadan 40 sn. kadar serbest düşüş yapar, karşılaştığı problemler öğretmenler tarafından gösterilerek giderilir. Atlayış Bölgeleri:

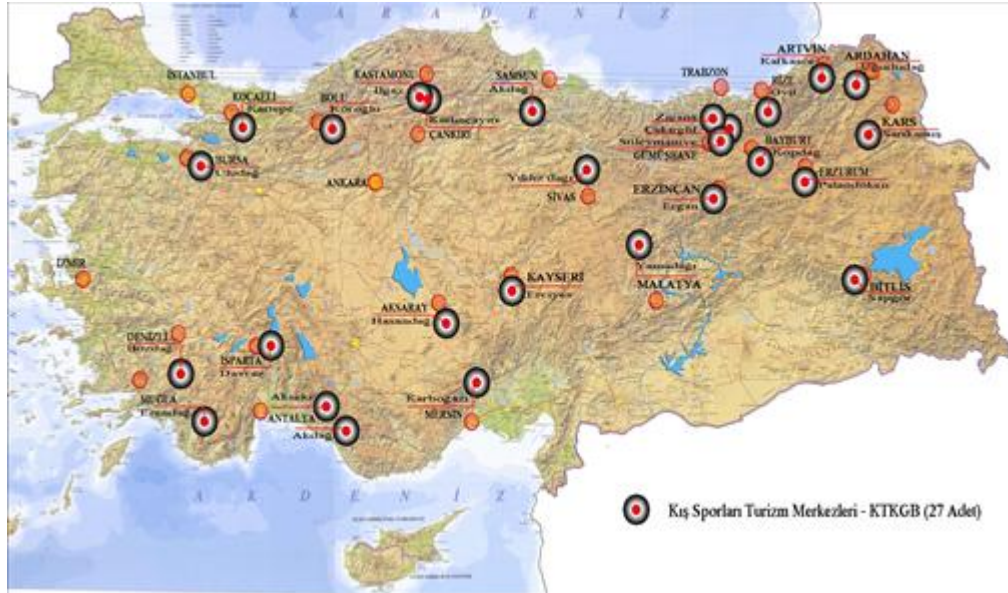
Ankara: Paraşüt okulunun idari merkezi, Ankara'da Türk Hava Kurumu'nun icra organı olan Türk Kuşu Genel Müdürlüğü'ne bağlıdır. Hava trafiğinin yoğun olmasından dolayı çok sık atlayış olmamakla birlikte özel günlerde ve personel antrenmanı için paraşüt atlayışları yapılır.

İnönü: Paraşüt okulu faaliyetlerinin yaz aylarında yoğun olarak yapıldığı ana eğitim merkezidir. Eskişehir'e 40 km. mesafede eğitim ve konaklama tesisleri olan, bütün havacılık faaliyetlerinin aynı anda yapılabildiği bölgelerdendir.

Efes: İzmir'e 70 km., Kuşadası'na 15km. mesafede, Efes harabeleri ve Meryem Ana kilisesi'nin bitişiğinde 1760 m. uzunluğunda asfalt pisti olan özellikle uluslar arası paraşüt yarışmalarına ev sahipliği yapmış turistik atlayış merkezidir.

#### 4.1.6. Kış Sporları Turizmi

Mevcut Kış Sporları Turizm Merkezleri



Şekil 4.1. Mevcut Kış Sporları Turizmi

Kaynak: <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10176/mevcut-kis-sporlari-turizm-merkezleri.html>

Kış sporları turizm merkezlerine ilişkin genel bilgiler şöyledir. Turizm ürününde çeşitlilik sağlanması ve turizm sezonunun tüm yıla yayılması ilkesi ve değişen turizm talebinin karşılanması amacıyla turizmin temel dayanak noktası olan doğal güzelliklerden “Koruma – Kullanma” dengesine öncelik verilerek ülkemiz doğal, kültürel ve tarihi güzelliklerinin bölge ve ülke menfaatleri doğrultusunda kullanılmasına yönelik çalışmalar Bakanlıkça hazırlanan ve 02.03.2007 tarih ve 26450 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren Türkiye Turizm Stratejisi (2023) kapsamında sürdürülmektedir.

Türkiye Turizm Stratejisinde belirlenen Kış Turizmi Koridoru (Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars ve Ardahan) boyunca kış sporlarının ve bu illerde yer alan turizm merkezlerinin geliştirilmesi çalışmaları öncelikle yürütülmektedir. Gerek ülkemizdeki kış turizm faaliyetinin uluslararası boyutta tanıtımına gerek kış turizm koridorunda yer alan kış turizm merkezlerinin gelişimine ve tanıtımına ivme kazandıracak 2011 Üniversiteler Arası Kış Oyunları (Universiade), kış turizmi koridorunda kalan Palandöken Kış Sporları Turizm Merkezinin bulunduğu Erzurum İlinde 27.01-06.02.2011 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anılan organizasyon çerçevesinde ve uzun vadede kış turizmi ihtiyaçları göz önüne alınarak kış oyunları müsabakaları için Erzurum kent merkezinde gerçekleştirilen gerekli alt ve üstyapı tesisleri ile Erzurum İli ülkemizin en önemli kış turizm merkezlerinden birisi olmuştur.

Bakanlık ve Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ile birlikte ülke genelinde yapılan araştırma ve incelemede belirlenen 48 adet potansiyel kış turizm alanından 27 adedi kış turizm merkezi/KTKGB olarak ilan edilmiştir. Bu kış turizm

merkezlerinden 20 adedinde imar planları tamamlanmış olup, hâlihazır yatak kapasitesi 8541, planlanan toplam yatak kapasitesi ise 74915'dir. Diğer 7 adet kış turizm merkezinde planlama çalışmaları devam etmektedir. Bakanlıkça, Son Güncellenme Tarihi: 15.05.2013

#### **4.1.7. Kuş Gözlemciliği**

Kuş gözlemciliği doğayı kuşların dünyasından tanımayı sağlayan bir gözlem sporudur. Türkiye'deki toplam kuş türlerinin sayısı Avrupa'nın tamamında bulunan kuş türleri kadardır.

Ülkemizin kuşlar açısından zengin olmasının en önemli nedenleri, zengin sulak alanlara sahip olması ve kuş göç yolları üzerinde bulunmasıdır. Türkiye'de kuş gözlemciliği son yıllarda dünyadaki gelişmelere paralel olarak hızla yayılmaktadır. Kuşlara yeterince yaklaşmak mümkün olmadığı için dürbün, yakın gözlem yapmayı sağlayan en temel araçtır. Açık alanlarda, uzak mesafelerde bu amaca yönelik olarak yapılmış olan teleskoplar da çok yararlı olurlar. Gözlem süresince kayıt tutmaya yarayan bir not defteri unutulmamalıdır. Ayrıca kuş türlerinin bulunduğu bir rehber kitap almak yararlı olacaktır.

Gözlem sırasında uyulması gereken bir takım kurallar vardır. Bunların başında kuşları rahatsız etmemek gelir. Yuvalama alanlarına girmemek, yumurta veya yuva malzemesi almamak gerekir. Gözlem sonunda bölgede herhangi bir eşya bırakılmamalıdır. Önemli kuş alanları (öka) projesi kapsamında yer alan alanlar şöyledir: Meriç Havzası, Marmara Havzası, Susurluk Havzası, Kuzey Ege Havzası, Gediz Havzası, Küçük Menderes Havzası, Büyük Menderes Havzası, Batı Akdeniz

Havzası, Burdur Kapalı Havzası, Antalya Havzası, Akarçay Kapalı Havzası, Sakarya Havzası, Batı Karadeniz Havzası, Kızılırmak Havzası, Yeşilirmak Havzası, Doğu Karadeniz ve Çoruh Havzaları, Konya Kapalı Havzası, Doğu Akdeniz Havzası, Seyhan ve Ceyhan Havzaları, Asi Havzaları, Fırat Havzası, Aras Havzası, Van Kapalı Havzası, Dicle Havzası

#### **4.1.8. Mağara Turizmi**

Dünyadaki diğer ülkelere göre 'mağara cenneti ülke' durumunda olan yurdumuzda yaklaşık 40.000 adet mağara bulunmaktadır. Mağara oluşumları bakımından önemli bir jeolojik-jeomorfolojik nitelik olan karstlaşma (karstik alanlar) ülkemizde Batı ve Orta Toros Dağlarında (Muğla, Antalya, Isparta, Burdur, Konya, Karaman, İçel ve Adana ) yer almaktadır. Türkiye'nin en uzun ( Beyşehir Gölü batısındaki Pınarözü Mağarası, 16 km) ve en derin mağaraları (Anamur'un kuzeyinde Çukurpınar Düdeni, 1880m) bu dağ kuşağı üzerindedir. Ülkemizde mağara araştırmaları 1964 yılında kurulan Mağara araştırma Derneği (MAD) tarafından başlatılmıştır. Daha sonra ilk üniversite kulübü olan 1973 yılında Boğaziçi Üniversitesi Mağara Araştırma Kulübü ( BÜMAK ) kurulmuştur. 1979 yılında MTA Jeoloji Etütleri Dairesi bünyesinde kurulan Karst ve Mağara Araştırmaları Birimi, bugün mağara araştırmalarının büyük bir bölümünü gerçekleştirmektedir. Günümüze kadar tüm yerli ve yabancı mağaracı gruplarının inceleyerek belgelendirdiği mağara sayısı yaklaşık 800'dür. Turizm çeşitliliği açısından ülkemizdeki mağaralar, önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Ülkemizin % 40'ı, mağara oluşumları açısından önemli bir nitelik olan karstlaşmaya uygun kayalardan meydana gelmiştir. Erimeye uygun kayaların kapladığı alan ve bu alanlarda tespit edilen mağara sayısının oranına göre Türkiye'de 20.000'den fazla mağaranın bulunabileceği öngörülmektedir.

Bunlardan 1500 adedi MTA ile mağaracılıkla ilgili diğer dernek, kulüp, topluluk ve kuruluşlarca incelenmiştir. Türkiye'nin en uzun mağarası, 15 km'den fazla olan Isparta'daki Pınargözü Mağarası; en derin mağarası ise -1429 ile Mersin'deki Peynirlikönü Mağarasıdır. Türkiye'de 30'un üzerinde mağara turizme açılmış olup, bunların dışında yalnızca uygun ekipman sağlanarak rehber eşliğinde girilebilecek özel ilgi gruplarına yönelik bir çok mağara bulunmaktadır. Bakanlıkça, bu güne kadar 13 adet mağara turizmin hizmetine sunulmuştur.

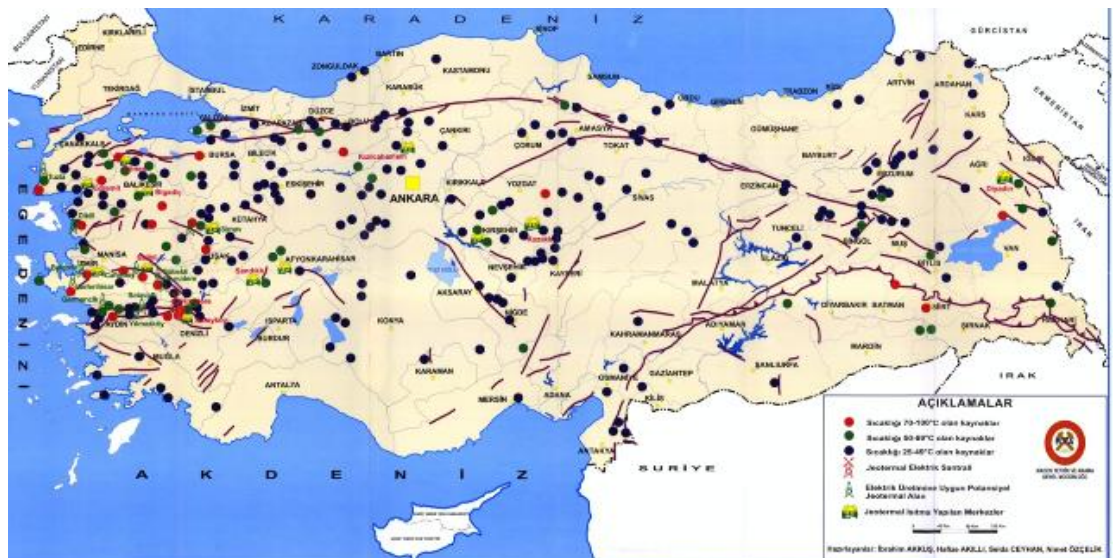
#### **4.1.8.1. Turizme Açık Mağaralar**

Buzluk Mağarası – Ağrı, Damлатаş Mağarası – Antalya, Dim Mağarası – Antalya, Karain Mağarası – Antalya, Yalandünya Mağarası – Antalya, Zeytintaşı Mağarası – Antalya, Gürcüoluk Mağarası – Bartın, İnsuyu Mağarası – Burdur, Oylat Mağarası – Bursa, Tuz Mağarası – Çankırı, Kaklık Mağarası – Denizli, Keloğlan (Dodurgalar) Mağarası – Denizli, Karaca Mağarası – Gümüşhane, Zindan Mağarası – Isparta, Cennet Obruğu – İçel, Dilek Mağarası – İçel, Eshab-ı Kehf Mağarası – İçel, Köşekbükü Mağarası – İçel, Yarımburgaz Mağarası – İstanbul, Yediuyurlar Mağarası – İzmir, Eshab-ı Kehf Mağarası – , Kahramanmaraş, Mencilis Mağarası – Karabük, Dupnisa Mağarası – Kırklareli, Tınaztepe Mağarası – Konya, Fosforlu Mağarası – Muğla, Yerküpe Mağarası – Muğla, İnatlı Mağarası – Sinop, Ballıca Mağarası – Tokat, Çalköy Mağarası – Trabzon, Cehennemağzı Mağarası – Zonguldak, Gököl Mağarası – Zonguldak

#### 4.1.9. Türkiye'de Sağlık ve Termal Turizm

Kültür ve Turizm Bakanlığının resmi web sitesinden alınan bilgilere göre; Türkiye jeotermal kaynaklar açısından Dünya çapında bir potansiyele sahip olup, Avrupa'da ise kaynak potansiyeli açısından birinci, kaplıca uygulamaları konusunda ise üçüncü sırada bulunmaktadır. Alpin-Orojenik Kuşağı olarak adlandırılan genç bir dağ zinciri ve aynı zamanda önemli bir jeotermal kuşak üzerinde yer alan ülkemizde bulunan 1500'ün üzerindeki kaynaktan temin edilen termal sular, gerek debi ve sıcaklıkları gerekse de çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa'daki termal sulardan daha üstün nitelikler taşımaktadır. Sıcaklıkları 20 - 110 0C arasında, debileri ise 2 – 500 lt / sn arasında değişebilen 1500' den fazla kaynağa sahip bulunan ülkemiz kaynak zenginliği ve potansiyeli açısından Dünya'da ilk yedi ülke arasında değerlendirilmektedir.

#### TÜRKİYE JEOTERMAL KAYNAKLAR HARİTASI



Şekil 4.2. Türkiye Jeotermal Kaynaklar Haritası



Ülkemiz, yüksek mineralizasyon içeriği sayesinde etkin tedavi edici özelliklere sahip termal su potansiyelinin, zengin kültürel, doğal değerleri ve iklimsel özellikleri ile birleşmesi sonucunda benzersiz bir sağlık turizmi ortamı sunmaktadır. Gelişmiş ülkelerde sosyal ve ekonomik gelişmelere paralel olarak değişen dünya görüşü ile birlikte yaşam şekli ve kalitesine verilen önem hem artmakta, hem de farklılaşmaktadır. İnsan sağlığının korunmasında, sağlıklı bir yaşam sürdürülmesinde doğal kaynakların kullanılması giderek daha fazla tercih edilmekte adeta bir nostalji ile birlikte eski, basit ama sağlıklı yaşam tarzlarına büyük bir özlem duyulmaktadır. Bu noktada Türkiye uzun tarihi geçmişi, emsalsiz doğa ve iklimi ve zengin kültürü ve nihayet geleneksel kaplıca ve Türk Hamamı olgularının mevcudiyeti ile çağdaş sağlık ve termal turizm gelişmesinde çok iddialı olabilecek bir potansiyeli barındırmaktadır. Deniz kıyısında bulunan termal kaynaklar turizm çeşitliliği açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Ayrıca dağcılık ve ormanlık bölgelerinde bulunan termal kaynaklar ise çevre ve doğa kullanımı dolayısıyla farklı çekici unsurlara sahiptir.

Termal turizmin sağladığı olanaklardan bazıları;

- 12 ay turizm yapma imkanı,
- Tesislerde yüksek doluluk oranına ulaşılması,
- Yüksek istihdam oluşturulması,
- Diğer alternatif turizm türleri ile kolay entegrasyon oluşturarak bölgesel dengeli turizm gelişmesinin sağlanması,
- Termal tesislerde insan sağlığını iyileştirici aktiviteler yanı sıra sağlıklı-zinde insan yaratma, eğlence ve dinlenme olanaklarının da bulunması,
- Kür merkezi (tedavi) entegrasyonuna sahip tesislerin maliyetini çabuk geri ödeyen karlı ve rekabet gücüne sahip yatırımlar olmasıdır.

Termal Turizm Master Planı'nın Kısa Dönem Hedefi olarak 50.000 yatak kapasitesi belirlenmiş olup Termal Turizm Master Planı'nın hazırlanarak uygulandığı 2007-2010 yılları arasında turizm belgeli ve belediye belgeli olmak üzere tesis sayısı 78'den 100'e, yatak kapasitesi ise 17.767'den 29.727'e ulaşmıştır.

Kültür ve Turizm Bakanlığında termal amacına yönelik olarak (Sağlık Bakanlığınca kür merkezi uygun görülen) turizm yatırım belgesi almış 15 tesisin yatak sayısı 7.447, turizm işletme belgesi almış 50 tesisin yatak sayısı ise 15.796'dır. Yaklaşık olarak 6.174 yatak kapasiteli 35 tesis ise yerel idare tarafından belgelendirilmiştir.

Termal Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ile Turizm Merkezleri Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007–2013 ana kararları kapsamında Bakanlıkça hazırlanan Termal Turizm Master Planı'nı birinci etabı çerçevesinde 4 bölge oluşturulmuş ve bu bölgelerde Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri ve Turizm Merkezleri ilan edilmiş olup, bu alanların 1/25 000 ölçekli Çevre Düzeni Planları Bakanlıkça onaylanmıştır.

Bugüne kadar ülke genelinde 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu uyarınca ilan edilen 5 adet Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi ve 73 adet Termal Turizm Merkezi bulunmaktadır.

#### **4.1.10. Su Altı Dalış Turizmi**

Türkiye sularında bulunan önemli batıklar ve su altı mağaraları dalıcılar tarafından keşfedilmeyi beklemektedir.

## Bazı Dalış Bölgeleri

### Antalya

Kemer: Ülkemizin en çok dalış okullarının bulunduğu Dünyaca ünlü turistik beldemiz, bünyesinde çeşitli dalış alternatifleri bulundurmaktadır.

Antalya liman girişinde bulunan Fransız askeri nakliye gemisi 20-32 metre derinliklerde yatmaktadır, genelde bulanık olan su batık meraklıları için çok ilginçtir.

Kemer Marinası açıklarında 33 metre kumluk dipte yatan Paris Batığı, her dalıcının ziyaret etmesi gereken bir batıktır.

Tekirova açıklarındaki Üç Adalar çeşitli dalış türlerini gerçekleştirilebildiği bir bölgedir. Bölgenin zengin bir dalış noktası olan kanyonda iri vatozlar ve her çeşit balık görülebilir. Üç adalar, Mağara dalışı için de idealdir. Ağustos ve Eylül aylarında, orkinos sürüleriyle karşılaşıldığı gibi fok balığına da rastlanabilir. Yine bu sular makro ve gece fotoğrafçılığı için harikadır. Kıyı sularda yunuslarla her an karşılaşılabilir.

Kalkan: Kalkan suları, ciddi dalışlar yapıp form tutmak isteyenler için idealdir. Akıntı, sert rüzgar, duvar dalışı, macro hayat, pelajik batıklar bölgenin dalış zenginlikleridir. 30'lu metrelerde yüzlerce ıskarmoz, orfozların akıntıda durabilme becerileri seyredilmeye değerdir. Kaplumbağa, orkinos, vatos, köpekbalığı görülebilecek deniz canlıları arasındadır.

Patara kanyonu, mercan ve sünger çeşitleriyle süslüdür. 11 metreden 132 metreye inen fener duvarı, oldukça canlı ve renklidir. Öksüz Ada ise köpekbalığı ailesinden keler balıklarını barındırır.

B-24 Amerikan Savaş Uçağı Batığı; Antalya'nın Manavgat ilçesi yakınlarında, 200 m açıkta yatan batık, 1944 yılında Romanya üzerinde bombalama yaptıktan sonra

Kıbrıs'taki üssüne dönmek üzere hareket eden "Hadley's Harem" isimli B-24 tipi Amerikan savaş uçağına aittir.

1995 yılında yapılan çıkartma çalışmalarında uçağın kokpiti su yüzüne çıkarılmış, bir süre Cengel jandarma karakolunda kaldıktan sonra İstanbul'daki özel müzelerden birine götürülmüştür. Uçağın kalan kısmının çıkarma çalışmaları sürmektedir. Uçağa dalış, özel izin gerektirmektedir.

Uluburun Antik Batığı; Kaş ilçesinin 8.5 kilometre güney doğusunda uzanmakta olan Uluburun'un doğu kıyısından 60 metre açıkta yatan batık M.Ö 14. yüzyıla ait bir yük gemisi kalıntılarıdır. 1984 yılında başlanılan dalışlar sonucu geminin 61 metre derinliğe kadar yuvalanmış, eşsiz yükü gün yüzüne çıkartılmıştır. Çıkarılan eserler günümüzde Bodrum sualtı arkeoloji müzesinde sergilenmektedir.

Gelidonya Antik Batığı; Antalya körfezinin batı ucunda bulunan Gelidonya batığı, bugünkü adıyla Taşlık burnunun yakınında seyrederken kayalara çarparak batan bir yük gemisine aittir. 26-28 metre derinlikte bulunan batığa 1960 yılında yapılan araştırma dalışlarında, geminin M.Ö. 13. yüzyıl sonlarına ait olduğu saptanmıştır. Bu batığın diğer bir özelliğı, kara kazısı standartlarına uygun olarak yapılan ve kazısı tamamlanan ilk sualtı kazısı unvanına sahip olmasıdır.

1994 araştırması sırasında Gelidonya batığında bulunan taş çapalardan, Ortadoğı kökenli olduğu tahmin edilmektedir. Batıktan çıkarılanlar Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesinde sergilenmektedir.

Fransız (Sosyete) Batığı; Antalya Yat Limanınının 1 km açığında, şamandıranın altında yatan batık, 1942 yılında savaş sırasında batırılan "San Didier" adlı Fransız savaş gemisine aittir. 1946 ve 1974 yıllarında yapılan çalışmalarda geminin içindeki yükün büyük bir bölümü çıkarılmıştır. Hastane destek gemisi görünümünde olan bu geminin içinde cephaneye ve çöl şartlarını uygun arabalar olduğu görülmüştür.

Kamufle edilebilmesi için personelin üniforma giymemesi ve balıkçıların yardımları sırasında gemideki insanların şahsi malzemelerini de yanlarında taşımaya gayret etmeleri halk arasında geminin adının "Sosyete batığı" olarak kalmasına neden olmuştur.

Bu gün üzerinde pek bir şeyin kalmadığı batık yine de dalgıçların ilgisini çekmeye devam etmektedir. Dalış yapabilmek için Antalya valiliği ve Deniz Polisi Şube Müdürlüğünden izin almak gerekmektedir. Dikkat edilmesi gereken diğer bir nokta ise yat limanı ağızına yakınlığı dolayısıyla tekne trafiğinin fazla olmasıdır.

Falezler; Antalya'nın iki büyük plajı olan Lara ve Konyaaltı arasında kalan bölgede karadan dalış için elverişli noktalara sahiptir. Falez oluşumları 14 metreden 25 metre derinliğe kadar inerler. İlk 20 m ilgi çekicidir. Giriş kolaylığı açısından tercih edilen yerlerden biri Konyaaltı plajına inen varyantın altıdır. Bu bölgede kayalık kesim 25 metreye kadar iner ve suyun altında falezleri ve üzerindeki canlı yaşamını görmeye imkan kılar.

Sıçan Adası; Antalya limanına bir kaç kilometre uzaklıkta olan bu küçük ada dalcıların ilgisini çeken diğer bir bölgedir. Sahile bakan batı yakası sığ bir derinliğe sahip olup (maksimum 8 metre) dip yapısı genelde kumdur. En ilgi çekici bölümü kuzey doğu yakasıdır ve kayalık dip yapısı 22 metreye kadar inmektedir. Aynı zamanda doğusunda ufak bir mağaranın olması dalcılar için hoş bir sürprizdir. Batıdan esen poyraz dalga yaratmamasına rağmen rüzgar şiddetine bağlı olarak kuvvetli yüzey akıntılarına neden olur. Günlük tekne gezisine çıkanların da ilgi odağı olduğundan yoğun bir tekne trafiğine sahiptir.

Kaş Uçak Batığı; İkinci Dünya Savaşı sırasında henüz belirlenemeyen bir nedenden dolayı Meis adası yakınlarında batan üç pervaneli İtalyan savaş uçağı 57 metrede görülmeye başlamakta ve kuyrukla diğer metal parçaları meyil nedeniyle 70 metre

derinliğe kadar uzanmaktadır. Enkazın etrafında patlamış ve hala aktif olduğu tahmin edilen cephaneler bulunmaktadır.

Tekirova'nın açıklarında bulunan küçük adalardan oluşmuş bir dalış bölgesidir. Etrafında bir çok dalış bölgesinin bulunması, çok çeşitli derinliklere sahip olması dip yapısının Antalya'ya oranla zengin olması, görüş netliği ve bir çok dalış merkezine yakınlığı nedeniyle en popüler dalış bölgelerinin içinde yer alır. Kemer yat limanından aşağı yukarı 45 dakika mesafededir.

Gök Mağarası; Finike'de bulunan Gök Mağarası, Asya'nın dalışı yapılmış en derin mağaralarından biridir. Geniş bir koridorla dibe doğru inen mağarada sarkıtların bulunması daha önceden kuru olduğunun işaretlerindedir.

Paris Batığı; Kemer Yat Limanı'ndan 1,5 km. kadar açıkta kum bir zemin üzerinde, 25 metre derinlikte yatan batık İkinci Dünya Savaşı sırasında batan bir Fransız yük gemisine aittir. 1896 yılında yapıldığı tahmin edilen gemi 3 güverte ve iki ambara sahiptir. Ambarlardaki birbirine kaynamış cephaneler, orta bölümdeki çini kaplı kısım ilginç noktaları oluşturmaktadır. Son yıllarda dalıcıların bir hayli ilgisini çeken bu batığın bir çok ziyaretçisi bulunmaktadır.

Suluin Mağarası: Antalya Platosu traverten bir platodur ve bu platoyu; su, kireç taşlarını eriterek meydana getirmiştir. Bu oluşumun altından bir çok tatlı su kaynakları denize karışmaktadır.

Kırgöz mevkiindeki Suluin mağarası, içindeki sarkıt ve dikitlerden dolayı daha önceden kuru olduğu tahmin edilen sualtı mağaralarından birisidir. 1995 yılında yapılan bir araştırmada mağara derinliğinin 83 metreye ulaştığı ve kanallardan daha ilerlendiğinde 45 metre civarı bir derinlikte büyük bir salonun içine girildiği saptanmıştır. Bu salonun duvarları sarkıtlar, traverten havuzlar ve diğer oluşumlarla

kaplıdır. Salona giren ve çıkan çok sayıdaki yan kollar olduğu yapılan araştırma dalışlarında görülmüştür.

Ayvalık: Bir rivayete göre kayıp Atlantis'in yer aldığı yer olan Ayvalık, eşsiz dalış olanaklarına sahiptir. Güneş Adası, Yuvarlak Ada, Kerbela Taşları belli başlı dalış noktalarıdır. En popüler dalış noktası ise, Kız Adasının açık denize bakan yanındır. 19 metre derinlikte başlayan sualtı faunası gerçekten görülmeye değerdir.

Datça; Ünlü coğrafyacı Strabon'un "Tanrı çok sevdiği kulunu ömürlü olsun diye Datça yarım adasına gönderir" dediği Datça'da harika dalış alanları bulunmaktadır. Kara incir açıklarında bulunan irili ufaklı adacıklar etrafında, 10-40 metre arasında köpekbalığı, yunus, Akdeniz Foku, kovuk içlerinde 3-4 müren bir arada görülebilir. Datça yat limanına sonradan bağlanmış olan küçük bir adacık olan Esen ada uygun dalış noktalarına sahiptir.

Marmaris; 52 Dalış noktası ve çeşitli antik kalıntıların yer aldığı Marmaris'in derinlikleri her dalıcıyı mutlu edecek çeşitlilikler içerir. Dış boğaz'da, 33 metrede Rodos, Kütük Burnu, Cennet Adası, Kadirga Feneri, Kargı Adası başlıca dalış noktalarıdır. Cennet adası yamaçlarından yapacağınız duvar dalışında derinliğe dikkat edilmelidir. Duvarın üstü, birbirinden güzel bitki ve macro yaşamın barınağıdır.

Bodrum; Dünyanın sayılı sualtı müzelerinden birini barındıran Bodrum bütün güzellikleri yanında sualtı turizminde Türkiye'nin dışarıya açılan penceresidir.

Bodrumun doğusundaki Orak adası derinliği, mağaraları, rengarenk süngerleri ve 100 metreyi geçen doğu duvarıyla bir dalış cennetidir. Sığ yerlerdeki taş formasyonu da ayrı bir güzelliştir. Oraklar tüm bir dalış gününü alacak zenginliğe sahiptir. Antik kalıntıya da rastlanabilen Kargı ve Köçek adalarının 20-30 m. derinlikleri, makro fotoğrafçılık için uygun irili ufaklı pek çok canlı barındırmaktadır. Köçek adası

yolunda bulunan 19 metredeki resif' dalınması gereken bir noktadır. Bu resifte avlanma yapılmadığı zamanlar her türlü canlıyı görebilirsiniz. Çatal Adası ve karşı sığıklar, Gemitaşı bahçesinin kıyıları dalış için ilginç noktalaradır.

#### Çanakkale

Saros; İstanbul'a yakınlığı dolayısıyla dalıcıların gözdesi olan Saros, dalıcıların ilgisini çekecek batıklarla doludur. Çanakkale boğazının çıkışındaki Kaptan Franko, Saros körfezinde Kemiklinin açığında 30 metrede yatan Lundy dalınabilecek batıklardandır. Boğazda 15 ile 30 metre derinliklerde yeni eski her türlü kalıntıyla karşılaşılabilir. Siyah mercan da dahil olmak üzere su altı faunası oldukça zengindir. Ancak akıntıya dikkat edilmelidir.

Gökçeada ve Bozcaada: Her iki adaya da düzenli feribot seferleri yapılmaktadır. Gökçeada'nın Kuzu Limanı'nda Birinci Dünya Savaşı'ndan kalma batık kalıntıları vardır. Mermer Feneri ile Anadolu yakası arasında kalan bölgede araştırma yapılırsa devasa çapalar ve gemi kalıntılarına rastlanabilir. Eşşek adası civarında Orfoz ve Karayer adaları da her türlü canlıyı görülebileceği dalış noktalarıdır. Mermer Burnu, Tuz Burnu'nun güney sahilleri serbest dalıcılık için uygundur. Çanak limanı, Bakla Taşı ve Pınar Dere Gökçeada'nın diğer dalınabilir noktalaradır.

Pek çok turistik aktivitenin yer aldığı Bozcaada'da dalış okulu da bulunmaktadır. Bozcaada kıyıları keşfedilmeye hazır pek çok dalış noktalarına sahiptir.

#### Mersin

Temiz suları ile Mersin, dalıcılara çok farklı olanaklar sunmaktadır. Dana adasının batı burnunda ters dönmüş yük gemisi dalgıçlar tarafından sık ziyaret edilen batıklar arasındadır. Kurt burnu, Fok burnu, kuzey batısında batık bir adanın bulunduğu Dana adası, büyük amphoraların yer aldığı Sıncak Koyu Mersin'in ilginç dalış noktalarıdır.



Bu sporlarla ilgili federasyonlar: Su ve Su altı Federasyonları, Kürek ve Kano Federasyonu, Yelken Federasyonu ve Yüzme Federasyonu'dur.

#### **4.1.11. Yat Turizmi**

Akdeniz, Ege Denizi, Karadeniz ve Marmara Denizi, Türkiye'yi kuzey, batı ve güneyden çevrelemektedirler. Türkiye, yatçıların her gece değişik, özel demir atacakları, koy, körfez ile plajların hazinesidir ve Mavi Yolculuklara ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'de yatçılık, kıyı köy ve kasabaların sevimli ve konuksever halkı ile yararlı kültürel değişim deneyimi sağlamaktadır. Genellikle batı ve kuzeybatıdan esen ılımlı rüzgarlar, doğanın tadına varılmasını sağlayarak, uzun yaz mevsimini yatçılık için ideal hale getirmektedir. Bazı bakır turkuvaz kıyıları ve korumalı körfezlerden deniz seviyesinden neredeyse 3.000 metre yükseklikte dağ tepelerini seyretmek mümkündür.

Deniz Turizmi Yönetmeliği

24/07/2009 tarih ve 27298 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

**BİRİNCİ BÖLÜM: Amaç, Kapsam, Dayanak ve Tanımlar.**

**Amaç:** MADDE 1 – (1) Bu Yönetmeliğin amacı; denizcilik ve turizm hizmetleri açısından deniz turizmi tesisleri ve araçlarının yatırım ve işletmeciliğinin geliştirilmesi, teşviki, bunların güvenli bir biçimde kullanılması, bu işletmelerin ülke ekonomisine ve ülke turizmine yararlı olacak şekilde nitelik ve standartlarının belirlenmesi, bu alanda faaliyet gösteren yatırımcı ve işletmecilerin uyması gereken asgari kuralların belirlenerek deniz turizmi sektörünün uluslararası alanda rekabet gücünün artırılması ve kalitesinin yükseltilmesini sağlamaktır.

#### **4.1.12. Yayla Turizmi**

Ülkemiz, sahip olduğu uygun iklimsel özellikler, üstün peyzaj değerleri, kırsal ögelerin ağırlık kazandığı geleneksel yaşam biçimi ve dağcılık/tırmanışlar, atlı doğa gezisi, trekking, yamaç paraşütü, flora/fauna incelemesi, jeep safari vb.doğa sporlarına uygun alanlar ile yayla turizmine son derece elverişlidir.

Ülkemizde yayla odaklı turizm gelişimi yerine, yaylaların; diğer turizm çeşitlerini destekleyici unsur olarak değerlendirildiği, kalış süresinin uzatılması hedefiyle, Yayla Turizmi Gelişme/Eylem Bölgelerinin belirlendiği, planlama stratejisini Bakanlık benimsediği belirtilmektedir.

Yayla turizmi merkezlerinin seçimindeki genel kriterler şöyledir; Doğaya yönelik potansiyelin zengin olması, kent merkezine ulaşımın kolay sağlanır olması, yöre halkının turizme yakın olması, aktivitenin ekonomik olarak sürdürülebilmesi, diğer turizm çeşitleri ile entegrasyonunun sağlanabilir olmasıdır.

Bu turizm dalıyla ilgili hedefler; Kırsal kesimde yaşayanların da turizm gelirlerinden pay almasının sağlanması, turizm yatırımcısı için ekonomik açıdan uygun ve cazip yayla turizm merkezlerinin oluşturulması, yayla turizminin sürdürülebilirliği için ürün çeşitliliğinin sağlanması, yayla turizmine yönlendirilecek turist profiline belirlenmesidir.



**Şekil 4.3. Yayla Turizmi Haritası**

**Kaynak:** <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11532/yayla-turizmi.html>

#### **4.2. Spor Turizminde Strateji Kavramı**

Strateji bilimsel bir disiplin olarak gelişmesini askeri alanda taşıdığı öneme borçludur. Bu kavram askeri literatüre girdiği andan itibaren üzerinde sürekli düşünülmüş ve her döneme göre çeşitli stratejiler geliştirilerek üstünlük kazanma ve düşmanların saldırılarına karşı korunma olarak canlılığını sürdürmüştür. Strateji kelimesi, ilk olarak askeri kaynaklarda kullanılmıştır. Yunanlı general Strategas' un askeri alandaki mahareti ve bilgisinin yüksekliği, uyguladığı yöntemlerdeki başarısı isminin daha sonra askeri alanlarda kullanılması sonucunu doğurmuştur.

Günümüzde var olan Organizasyonel Strateji Yaklaşımı, esasında, Stratejik Yönetim adı altında ele alınan ve incelenen konuları içermektedir. Organizasyonlar, tepe kademe yönetimlerinin formüle ettiği stratejileri uygulayarak çevrelerine uyum

sağlarlar. Tepe yönetim kademesi, çevre koşullarındaki değişimleri izler ve bu değişmelerin ne gibi fırsatlar yarattığını veya ne gibi tehlikeleri beraberinde getirdiğini tespit etmeye çalışıp bu bilgilerin ışığında bir karar vererek, işletmenin veya devletin stratejisini oluştururlar .

Spor turizm stratejisinin amacı; Ülkenin , toplumsal ve ekonomik gelişimini sportif faaliyetler yoluyla maksimum düzeye çekmek ve uluslar arası spor turizm endüstrisi içinde kalıcı bir rol almasını kolaylaştırmaktır. Bu nedenle, Türkiye'nin bir turizm haritası çıkarılmalıdır. Yerel turizm alanlarının ve çeşitliliğinin belirlenmesi, turizmi çeşitlendirecek tanıtım faaliyetlerinin bu alanlarda yapılması gereklidir.

Ülkemizde spor turizm stratejisi geliştirirken yerel ve uluslar arası spor turizm çerçevelerini geliştirmemiz gereklidir.

- Yerel spor turizmi: Herhangi bir sportif aktiviteye katılımcı veya izleyici olmak için, en az bir gece orada konaklamak ve 40 km. ikamet ettiği yerden uzaklaşmak olayına denir.
- Uluslar arası Spor Turizmi: Ülke dışında bir yere, ilk olarak sportif organizasyonlara katılma amacı güden ister yetkili, ister katılımcı ve isterse de izleyici olarak başka bir ülkeye geçiş yapmaktır.

Bu tür tanımlarda spor veya sportif aktivite; bireyler veya şirketler tarafından organize edilmiş olanlar ve hükümetin kendisi tarafından organize edilmiş olanlar diye ayrılmıştır (Swart, K.(2000). Bu izlenen yollar ve aşağıda sunulacak öğelerin bilinçli olarak geliştirilmesi ülkemizi bu alanda önemli bir yere getirebilir.

Spor Turizminde - Endüstri (Sanayi) Koordinasyonu: Turizm aktivitelerinin potansiyel faydaları organizatörler tarafından göz ardı edilmiş olması ülkenin turistik özelliklerinin gelen sporculara veya gruplara yansıtılmaması sonucunu doğurmuştur. Sportif organizasyonlarda iş alanı ve organizasyonel yetenek ve deneyimlerin gelişimi konusu atlanmaktadır. Bu tür faktörler turizm fırsatlarının kaybedilmesi anlamına gelmektedir. Bölgesel spor turizmi grupları,ulusal yapının oluşmasında model oluşturmaktadır. Benzer gruplama çalışmaları spor turizm strateji düzeylerinin oluşturulması ve geliştirilmesi çalışmalarında faydalı olacaktır .

Spor Turizminde - Eğitim ve Uygulama alanları, spor ve turizm sektörlerinin her ikisi içinde başarıda önemli etkenlerdir. Spor turizmi için, bu konu ile ilgili yayınlarda özellikle eğitim açısından sportif vücutların sağlanması ve turizm ile ilgili istenilen iş becerilerinin öğretilmesi, başarılı organizasyonların gerçekleştirilmesi, ev sahipliğinin doğru yapılması ve optimum düzeyde başarılı olması eğitim düzeyinden geçmektedir .

Spor Turizminde Hükümet tarafından uzmanlar denetiminde çıkartılabilecek sürekli yayınlara; spor turizm sektörünün yerel, bölgesel düzeyde gelişimini sürekli takip ve araştırma yoluyla canlı tutabilirler. Bu uygulama yerel bölgelerdeki bu konu ile ilgili insanların işle ilgili bilgilerinin yenilenmesi ve geliştirilmesini sağlayarak, sportif aktivitelerle ilgisi olan ziyaretçilerin veya sporcularında isteklerini ve düşüncelerini belirtebileceği bir kaynak olabilir. Spor turizm sektörünün ülke içi organizasyonlarda karşılaşılan en önemli problemlerden biri yapılan organizasyonların değişik yerlerde, değişik acentelerin kendilerine göre istekleri ve kuralları doğrultusunda ilerlemesidir. Bu tür sürekli yayınlara ülke çapında oluşturulabilecek standart bir yapının oluşmasında sporculara ve acentelere yol gösterici olabilir .

Spor Turizminde sportif aktivite ve olayların çoğu yapılmaya uygun olduğu mekan ile ilgilidir. Bunun için iyi bir altyapının oluşması gerekmektedir. Spor turizmi olgusunun maksimum düzeyde düşünöldüğü organizasyonlarda bile tesis olanakları en temel olgu olarak göze çarpar. Spor turizm alanında uluslar arası organizasyonlarda yabancı ölkelerden gelen sporcu, yönetici veya seyircilerin konaklama ihtiyaçlarını giderecek, istenilen servis olanaklarının sağlanacağı , sportif organizasyonların yapılacağı tesislerin kaliteli olması gibi fiziksel özelliklerin belirli bir seviyeye getirilmesi gerekmektedir .

Spor Turizminde - Kaynak ve Bilgi Toplanması önemlidir. Spor turizm alanında dünyanın birçok ölkesinde strateji oluşturma ve karar verme mekanizmalarını hayata geçirme konusunda yeterli veri bankası hala mevcut değildir. Dünya üzerinde “Spor Turizmi” olgusunun tanımı henüz tam anlamıyla yapılamamıştır. Bu konuda ki en önemli kaynakları Uluslar arası Ziyaretçi Birliğı tarafından uygulanan anket sonuçları oluşturmaktadır.

Sonuç olarak; Değerlendirme de ilk hedef metodları oluşturmaktır. Yerel bölgelerde yapılan küçük organizasyonlar ya da uluslar arası büyük organizasyonlar için. Amaç metodolojinin sağlam bir yapıya oturtulması, sınıflandırılması, esnekleştirilmesi ve kazançların artırılması bu yolla gerçekleştirilmelidir .

Spor Turizminde - Stratejiyi Hayata Geçirmek için oluşturulmak istenen ulusal spor turizm stratejisinin başarılı bir şekilde yürütölmesi, bölgesel , yerel organizasyonlar ve uluslar arası organizasyonlarda acentelerin, bireylerin her kademedede yapılan devlet organizasyonlarının, turizm endüstrisinin, spor sektörünün ve bilimsel çalışmaları ile gerçekleştirilir.

Spor turizminin gelişmesinde en önemli gücü yerel alanlarda yapılan sportif organizasyonları oluşturan kümeler (gruplar) sağlar. Bu kümeler yabancı literatürde "Cluster" olarak geçer. Eğer; "Bir ülkenin herhangi bir sektörü, dünyanın diğer ülkelerinin sektörleri ile rekabet edebilir hale geldiyse, o ülkenin "cluster"ı yani "küme"si gelişmiştir." denir. Önemli olan herhangi bir sektör için uygulanan "metot" dur. Oluşturulması istenen sağlam bir bağlantı ve koordinasyonlu bir ilişkinin oluşturulması, aynı zamanda uluslararası alanda yapılacak sportif organizasyonlarında başarı düzeyini arttırır .

### **4.3. Turizm Politikasında Spor Turizmi**

Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na göre Turizm Politikası, turizmden sağlanan ekonomik,sosyal ve kültürel kazançların en yüksek düzeye çıkarılmasını ve maliyetleri ise en aza indirmeyi amaçlayan dinamik bir politika olarak tanımlanmaktadır. Politikanın dinamik karakteri; turizm sektörünün ülkenin koşullarından soyutlanamamasını ve koşullar değiştikçe değişen verilere göre, önerilerin ve önlemlerin değişeceğini, böylece uygulamalara bilinçli bir esnekliğin getirilmesini ifade etmektedir.

Turizm politikasının özelliklerini, dinamik nitelik taşıması, çok yönlü olması,kurumsal karaktere sahip olması, akılcı ilkelerden hareket etmesi biçiminde toplamak mümkün olabilir. Dinamik niteliği ise turizm politikası ile turizm ekonomisi arasındaki organik bağdan doğar. Spor turizmi, seyahatlerin bir türü olarak turizm ekonomisinde kabul edildiğinde, turizm politikasında spor turizminin teşviki, organizasyonları, otellerin donanı ile ilgili önlemler alınması yoluna gidilir.

Turizm politikası çok yönlü bir yapıya sahiptir. Karmaşık bir nitelik taşımaktadır. Turizm ile sportif başarılarında ki gelişmenin ilişkilerine bakılacak olursa; ekonomik büyüme ve kalkınma, şehirleşme, sosyal meslekler, psikolojik veriler gibi arasında sıkı ilişkilerin olduğu görülür. Turizm politikası kurumsal bir yapıdadır. Bu yapıyı şekillendiren, turizmin arz ve talep yönündeki karar mekanizmalarıdır. Arz yönündeki mekanizmaları turizm işletmelerini, karar mekanizmaları da turizm talebini simgeleyen tüketici gruplarından oluşmaktadır.

Turizm Politikasının akılcı yönüne bakıldığında ise; turizm politikasında ve planlanmasında önceden saptanan hedeflere ulaşabilmek için turizmin yararlanabileceği kaynakların kullanımında, alınacak önlemlerin saptanmasında uygulanacak yöntem ve tekniklerin akılcı ilkelere dayanmasının zorunlu olduğu kanatine varılır (Olalı, H. (1990). Turizm Bakanlığının bu konudaki politikası ve stratejik hedefleri incelendiğinde; Türkiye’de turizmin önemi Cumhuriyetin ilk yıllarında anlaşılmış ve gelişmesi için çabalarda harcanmıştır. Ancak, Türkiye’de planlı döneme kadar, turizm alanında açık seçik bir politikaya rastlanmamıştır. 1961 Anayasası planlı kalkınmayı da yanında getirmiştir. Planlı kalkınma ile, kaynak dağılımında akılcı davranılması, kalkınmanın finansmanında, ekonomik, toplumsal, kültürel dengelerin korunması ve kurulmasında bazı öncelikler öngörülmüştür.

AB’nin spor politikasının gelişimine bakılacak olduğunda; Avrupa Konseyi ana hatları belirleyen bir rehber olmuştur. Avrupa Birliği sporu tanımlarken, Avrupa Konseyi’nin 1992 yılında kabul ettiği ve 2001 yılında güncellediği “Avrupa Spor Şartı”nda ortaya koyduğu spor tanımını kullanmaktadır. Söz konusu Şart, Konseyin 1976 yılında benimsediği “Avrupa Herkes İçin Spor Şartı”nı temel almakta ve spora



ilişkin değerlerin Avrupa Konseyi'nin ideallerinin gerçekleştirilmesine katkı sağlayacağı inancıyla, spor alanında tüm Avrupa için birtakım ortak ilkelerin benimsenmesini hedeflemektedir. Yine Avrupa Konseyi tarafından kabul edilen “Spor Etiği Kodu” ise Şartı tamamlayıcı niteliktedir. Kod, “adil oyun amacını içeren etik kuralların tüm spor faaliyetlerinin, ayrılmaz unsurları olduğu ve ister rekreasyon amaçlı isterse rekabet amaçlı spor olsun tüm düzeylerde uygulanması gerektiği” ilkesine dayanmaktadır. Avrupa Konseyi tarafından benimsenen Şart ve Kod çerçevesinde, hükümetler vatandaşlarına iyi tanımlanmış koşullar altında spor yapma olanaklarını sağlama taahhüdünde bulunmuşlardır. Buna göre spor; herkes için özellikle de çocuklar ve gençler için ulaşılabilir, yüksek etik değerler üzerine kurulu, sağlıklı, güvenli, adil ve hoşgörülü, her düzeyde kişisel tatmini artırabilen, çevreye saygılı, insan onurunu koruyucu, spor yapanların ne şekilde olursa olsun kötüye kullanılmasına karşı çıkan bir faaliyet olmalıdır (Council of Europe, 2013). Spor, Avrupa bütünleşmesinin ilk yıllarında bir politika alanı olarak ele alınmamıştır. Sporun Avrupa gündeminde bir konu haline gelmesi, 1973 yılındaki Walrave/Koch vs. UCI davası ile olmuştur. Avrupa Toplulukları Adalet Divanı, spor faaliyetlerinin ekonomik niteliği itibarıyla, AB hukukuna tabi olduğunu belirtmiştir. 1990'lı yıllarda Divan, davalar temelinde oluşturduğu içtihat hukuku ile AB spor politikasının hukuki alt yapısını inşa etmiştir. 1995 yılındaki Bosman davasında, profesyonel sporcuların serbest dolaşımına yönelik kuralları düzenlemiştir. AB içerisinde uluslararası transfer sistemi yeniden tanımlanmış ve futbolcuların hakları güçlendirilmiştir. 1997 yılında Amsterdam Antlaşması'na eklenen bildirge ile sporun ekonomik boyutu dışındaki boyutları da vurgulanmıştır. Bildirge hukuki yönden bağlayıcı değildir ancak Antlaşmaya ekli bir bildirmede spora vurgu yapılması önemli bir adımdır. 1997 yılında, Avrupa Komisyonu bünyesinde bir spor birimi kurulmuştur. 2000 yılındaki

Nice Antlaşması'na ekli bildirmede de spora yer verilmiştir. Buna göre AB, politikalarının ve kararlarının spora karşı duyarlı olmasını sağlayacaktır. 2004 yılı, “Avrupa Spor Aracılığıyla Eğitim Yılı” ilan edilmiştir. 2007 yılında Avrupa Komisyonu spor konusunda Beyaz Kitap hazırlamıştır.

Avrupa Komisyonu, 2007 tarihinde yayımladığı “Spor Üzerine Beyaz Kitap”ta (European Commission, 2007a) spora ilişkin konuları ilk kez bütüncül bir bakış açısıyla ele almıştır. Burada Komisyon’un amacı, Avrupa’da sporun rolü konusuna stratejik bir yaklaşım kazandırmak, belli başlı sorunlara ilişkin tartışmaları cesaretlendirmek, AB düzeyinde oluşturulan politikalarda sporun görünürlüğünü artırmak ve sektörün ihtiyaçları ve kendine özgü özellikleri konusunda kamu bilincini artırmak olmuştur. Komisyon, söz konusu belgede Avrupa toplumunda sporun karşılaştığı ticari baskı, genç oyuncuların istismarı, doping, ırkçılık, şiddet, yolsuzluk ve para aklama gibi tehdit ve tehlikelere dikkat çekmektedir.

Beyaz Kitap, sporun AB’de politika oluşturma düzeyinde görünürlüğünü arttırmaya yönelik bir adımdır. Beyaz Kitap, Avrupa’da spor konusunu sosyal, ekonomik ve örgütsel boyut olmak üzere üç alanda ele almıştır. Sosyal boyut; sağlık, dopingle mücadele politikası, eğitim politikası, sosyal bütünleşme, ırkçılık ve şiddetle mücadele gibi unsurları içermektedir. Ekonomik boyut sporun finansmanı ve istatistikleri kapsarken, örgütsel boyut ise yönetim, serbest dolaşım ve milliyet, transferler, oyuncuların ajansları, mali suçlar, medya gibi konularla ilgilenmektedir. Bunların dışında Beyaz Kitap, Avrupa Komisyonu’nu, spor alanındaki diğer paydaşlarla bir araya getiren bir tartışma platformu oluşturularak “yapısal diyalog” projesini gündeme getirmiştir. Komisyon, yapısal diyalog çerçevesinde spor

otoriteleri ve diğ er paydaş larla danış ma süreçleri baş latmış ve yapısal diyalogun güçlendirilmesi için toplantı ve konferanslar düzenlenmiştir. Yapısal diyalog kapsamında önemli bir etkinlik olarak yılda bir kez gerçekleştirilen “AB Spor Forumu” örnek gösterilebilir. Komisyon tarafından düzenlenen ve finanse edilen bu etkinlik, spor konusunda AB düzeyinde bir tartış ma platformu oluşturabilmeyi amaçlamaktadır (European Commission, 2013a).

2009 yılında Lizbon Antlaşması'nın 165. maddesiyle spor, AB'nin yetki alanlarından biri olarak tanınmıştır. Söz konusu maddeye göre, Birlik sporun gönüllülük esasına dayalı kendine özgü doğ asını, yapısını, ekonomik ve sosyal işlevlerini dikkate alarak Avrupa'da spora ilişkin konuların teşvik edilmesine katkıda bulunacaktır. Birliğin bu doğ rultudaki eylemleri, spor müsabakalarında adil yaklaşım ve açıklığı teşvik ederek ve sporla ilişkili kuruluşlar arasında işbirliğini destekleyerek, özellikle genç sporcular olmak üzere tüm sporcuların fiziksel ve ruhsal bütünlüğünü koruyarak sporda Avrupa boyutunun geliştirilmesini hedefleyecektir. Ayrıca Birliğin ve üye ülkelerin spor alanında üçüncü ülkelerle ve yetkili uluslararası örgütlerle işbirliğini geliştireceği de ilgili madde de belirtilmektedir. Son olarak, üye ülkelerin bu alandaki yetkilerine müdahale etmeksizin ve spor politikalarında herhangi bir uyumlaştırma öngörmeksizin, Birlik kurumlarının teşvik edici önlemler ve tavsiyeler sunmasına izin verilmiştir. Lizbon Antlaşması'nın açtığı bu yolda, 2010 yılındaki AB Konseyi, sporun “eğitim, gençlik ve kültür” alanına eklenmesi yönünde karar almıştır. Artık bu politikanın kapsamı “eğitim, gençlik, kültür ve spor” olarak genişletilmiştir. AB içinde spor politikasının uluslararası düzeyde gelişimi ise, Avrupa Komisyonu, Avrupa Parlamentosu, AB Konseyi gibi farklı otoritelerin etkisi altında

gerçekleşmektedir. Komisyon içerisinde sorumluluk, “Eğitim, Öğretim, Kültür ve Gençlik” Genel Müdürlüğünün bir parçası olan “Spor Birimine” aittir. 1997’de kurulan Spor Birimi, Avrupa’nın kurumsal yapısı içerisinde ulusal ve uluslararası spor örgütleri ve spor alanındaki farklı düzeylerdeki ana paydaşlarla işbirliği yapmaktadır. Spor Birimi, spor alanındaki AB faaliyetlerinin uygulanmasını koordine etmektedir. Birimin temel görevi AB Antlaşmalarının verdiği yetkilerin sınırı içerisinde sporda Avrupa boyutunun geliştirilmesini sağlamaktır. Birim, ilgili Komisyon Genel Müdürlükleri ile birlikte Beyaz Kitaba eşlik eden ‘Pierre de Coubertin’ Eylem Planı’nın uygulanması ve genel koordinasyonundan sorumludur. Bu çerçevede AB üye devletleri arasında spor alanındaki siyasi işbirliğine katkı sağlamakta ve farklı aktörler arasında iyi uygulamaların paylaşılmasını desteklemektedir. Ayrıca rekabet, iç pazar, istihdam ve sosyal meseleler, adalet, özgürlük ve güvenlik, bölgesel politika, sağlık, eğitim, gençlik, çevre, dış ilişkiler gibi bazı ilgili politikaların gelişiminde ve uygulanmasında spor boyutunun da dikkate alınmasını sağlamaya çalışmaktadır (European Commission, 2013b). AB’de spor konusuyla ilgilenen bir başka birim ise Avrupa Parlamentosu bünyesinde yer alan “Kültür, Gençlik ve Eğitim Komitesi”dir. Komite, 21 Kasım 2011 tarihinde yayınladığı “Sporda Avrupa Boyutu” isimli raporda, temel eğitim ve kültür değerleriyle bağlantısı nedeniyle sporun AB’nin stratejik hedeflerine olası katkısından bahsederken, cinsiyet, din, milliyet, sosyal durum veya etnik kökene bakılmaksızın halkın tüm kesimlerini kapsamayı dolayısıyla AB bütünleşmesi açısından taşıdığı önemi de vurgulamıştır (Committee on Culture and Education, 2011). AB Konseyi bünyesinde oluşturulan Eğitim, Gençlik, Kültür ve Spor Konseyi eğitim, kültür, görsel-işitsel alanlar ve spordan sorumlu bakanların bir araya geldiği bir yapıdır.

#### **4.4. Spor Turizminde Olimpiyat Oyunları ve Spor Turizminin Gelişimine Katkıları İle İlgili Swot Analizi**

Spor Turizmi yoluyla ülkemizi Dünya’da ki diğer ülkelere daha iyi tanıtmak amaçlı, spor turizmini geliştirirken çeşitli faktörlere de dikkat etmemiz gerekmektedir.

##### **4.4.1. Dünya’da ve Türkiye’de Olimpiyat Oyunları Organizasyonları**

Olimpiyat Oyunları organizyonunu beşinci adaylığında 1992 Olimpiyat Oyunlarıyla elde edebilen İspanya’nın Barcelona kentinin , Olimpiyat oyunlarından önce denizle bağlantısı kesilmiş, altyapı problemleri ve spor tesisi eksikleri bulunan bir kent olarak değerlendirilmekteydi. Organize etmek hakkını elde ettikleri 1986 yılından 1992 yılına kadar olan 6 yıllık hazırlık süresi içinde kentin tüm alt yapı problemlerini çözenin yanı sıra inşa ettikleri yeni yollar, köprüler, parklar, oteller ve spor tesisleri ile Barcelona kentini yeniden yaratmışlardır. Böylece Barcelona Avrupa’daki en gelişmiş ve yaşanabilir kentler arasında 8. sıraya yükselmiştir. Barcelona Olimpiyat Oyunları 1986–1992 yılları arasında 326.301 kişilik ek istihdam yaratarak, işsizlik oranında da büyük bir düşüş yaratmıştır (Gündoğan,N.(2001). Günümüzde İspanyol sporcular dünyada çeşitli spor dallarında büyük başarılar elde ederken, Barcelona halkı da spor yapabilmek için en iyi tesislere kavuşmuştur. Barcelona’nın Olimpik tesisleri her gün düzenli olarak yaklaşık 50.000 kişi tarafından kullanılırken, her yıl 300.000 kişi de Barcelona sokaklarında halk için gerçekleştirilen spor aktivitelerine katılmaktadır. Barcelona’dan sonra ABD’nin

Atlanta kentinde 1996'da yapılan Olimpiyat Oyunlarının 1991-1997 yılları arasında Georgia Eyaleti ekonomisine katkısı ise 5.1 milyar dolar olmuş . 2000 Olimpiyat Oyunları Avusturalya'nın Sydney kentinde organize edilmiştir. Sydney'in ardından 2004 Olimpiyat Oyunları ise komşumuz Yunanistan'ın Atina kentinde organize edilmiştir. İlk Modern Olimpiyat Oyunları'nı 1896 yılında organize eden ve Oyunların 100. yılı 1996'da tekrar organize etmek için aday olan ve seçimi kaybeden Atina, 2004 Oyunlarını kazanmıştır. Olimpiyatlar için ilk adaylığını 2000 yılında gerçekleştiren İstanbul, başvuru sisteminin "2 aşamalı" hale getirilmesi sonrası katıldığı 2004 Olimpiyatları oylamasında, aday adaylığından ileri gidememiştir. 2008'de ilk aşamayı geçerek 5 aday şehir arasına giren İstanbul, oylama sonucunda 4. olarak elenmiş, 2012 Olimpiyatları'nı düzenlemek isteyen İstanbul, bu sefer ilk aşamayı geçemedi ve aday adaylığıyla yetinmek zorunda kalmıştır . Adaylığın önemli amaçlarından biri de, yetersiz spor tesisleri ve alanları nedeniyle okul ve iş dışında kalan serbest zamanlarını sokaklarda ve kahvehanelerde geçirmek zorunda kalan gençlerimize ve halkımıza çağdaş spor olanakları yaratmak ve sporu bir yaşam biçimi haline getirmektir. Günümüzde çağdaş kent planlama normlarında kişi başına düşmesi gereken açık yeşil ve spor alanları 3 metrekare iken, İstanbul'da bu oran 0.15 metrekaredir. Nüfusu 12 milyona ulaşan İstanbul'da 400 civarında açık ve kapalı spor alanı bulunurken, Seoul, Barcelona ve Atlanta gibi son zamanlarda Olimpiyat Oyunlarını organize etmiş kentlerde bu sayı 3.000'in üzerindedir.

İlgili dönemin, Gençlik ve Spor Bakanı Suat Kılıç, 2020 Yaz Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları için son aşamaya geldiklerini belirterek, "Temennimiz beşinci kez aday olan İstanbul'un bu kez olimpiyat kenti olarak ilan edilmesidir. Biz de İstanbul'un olimpiyat kenti olmasını ve olimpiyat meşalesinin İstanbul'a gelecek

olmasının açıklanmasını sizler gibi büyük bir sabırsızlıkla bekliyoruz." "Olimpiyat meşalesinin İstanbul'a gelmesini istiyoruz" demiştir. 2020 Yaz Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları'nı düzenleyecek ülkenin belli olacağı 7 Eylül'deki oylama öncesi Gençlik ve Spor Bakanı Suat Kılıç'tan önemli açıklamalar geldi. Arjantin'in başkenti Buenos Aires'te yapılacak oylama için bu kentte bulunan Bakan Suat Kılıç, Türk gazetecilerin sorularını cevapladı. 60 Genç sporcu destek için Bueneos Aires'te. Yaklaşık 200 kişiden oluşan bir kafiyle İstanbul'un olimpiyat adaylığı final oylaması için Buenos Aires'te olacaklarını belirten Bakan Kılıç, "Bunların büyük bir kısmı atletlerimiz. Yaklaşık 60 civarında genç sporcumuz Türkiye'nin yeni dönem spor vitrinini yansıtmak üzere burada yer alacaklar. Yine bu sürecin en önemli parametresi olan sponsorların da bulunduğu iş adamlarımız burada olacaklar ve görüşmelere katkı verecekler. Ayrıca Türkler ve yabancılardan oluşan ve 2 yıldan bu yana çalışmaları dikkatle yürüten heyetimiz de burada yer alacak." diye konuştu. Temennimiz beşinci kez aday olan İstanbul'un bu kez olimpiyat kenti olarak ilan edilmesidir. Biz de günün sonunda İstanbul'un olimpiyat kenti olmasını ve olimpiyat meşalesinin İstanbul'a gelecek olmasının açıklanmasını sizler gibi büyük bir sabırsızlıkla bekliyoruz." ifadelerini kullandı.

İstanbul, çok genç bir nüfusa sahip ve işin güzel tarafı bu genç nüfusun olimpiyat konusunda çok hevesli ve olimpiyata tutkuyla bağlanmış olması. Beş adaylık sürecinin biriktirdiği bir heyecan var. Bunun yaratacağı bambaşka bir arzu var." 2016 yılının sonuna kadar Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi ile birlikte vaat edilen tesislerin tamamını üretme ve teslim etme imkanını bulacaklarını belirten Bakan Kılıç, Mersin'de düzenlenen Akdeniz Oyunları'na bakıldığında, sadece 18 ayda vaat edilen şeylerin tamamını

gerçekleştirdiklerini ifade etti. Bakan Kılıç, Yapılan değişik anketlerde İstanbul'un rakiplerine göre önde görüldüğünü hatırlatıp, son dönemde Türkiye'de yapılan uluslararası organizasyonlarda çok sayıda yeni tesis yapıldığını vurgulayarak , "Olimpik hareketin Türkiye'de ve Türkiye'nin bulunduğu bölgede çok ciddi bir dönüştürücü etkisi olacak. Spor hayatın vazgeçilmez bir parçası olacak. Gençler hem hayata hem sağlıklı yaşama entegre olacak. Sağlıklı sportmen nesiller olimpik tesislerde yetişme olanağı bulacak." diye konuştu. Olimpiyat barış, kardeşlik, hoşgörü, uzlaş, farklılıklara saygı ve tahammül demektir. Olimpiyat zor olanı başarmak, insan aklı ve bedeni ile yapılması mümkün olanın en zorunu gerçekleştirmesi iradesinin arkasına tutku ile düşmektir. Olimpiyat tarihinin en büyük dönüşüm etkisi İstanbul 2020 Olimpiyatları sayesinde olacaktır." (<http://gsb.gov.tr/HaberDetaylari/3/3285/olimpiyat-mesalesinin-istanbula-gelmesini-istiyoruz.aspx>). 2020'de olimpiyatlara ev sahipliği yapacak ülke Arjantin'deki oylama sonucunda belli oldu. IOC'nin 103 üyesinden 97'sinin oyları, aday kentler İstanbul, Tokyo ve Madrid'in 2020 kaderini çizdi. IOC Başkanı ile birlikte komitede yer alan Japonya, Türkiye ve İspanya üyeleri oy kullanamadı. Ancak birinci turda elenen İspanya'nın üyesi final oylamasında bu kez oy kullandı. İlk tur oylama sonucu saat 21.45'te belli oldu. Final ise 23.00'te gerçekleşti. Saatler 23.20'yi gösterirken IOC Başkanı sonuçları açıklamak için kürsüye çıktı. Başkan elindeki kartı çevirdiğinde o kartta TOKYO yazıyordu. Olimpiyatlar üçüncü kez Tokyo'da yapılacak. İstanbul ilk kez finale kaldığı yarışı kaybetti.

İstanbul Olimpiyat Oyunlarını organize ettiği takdirde, Oyunlar alındıktan organize edinceye kadar olan 7 yıllık hazırlık süresi içerisinde İstanbul Olimpiyat Projesi çerçevesinde 1 milyar 772 milyon dolarlık doğrudan yatırım yapılacak ve



Oyunların uluslararası televizyon yayın hakları, bilet satışı, sponsorluk programından elde edilecek gelirlerle bütçe denkleşecek. Bu dönemde yıllık 180.000 kişilik istihdam yaratılacaktı, doğrudan ve dolaylı yatırımlarla gayri safi milli hâsılatımıza yaklaşık 8 milyar dolar ek bir katkı sağlanacak ve ülkemizi 2,5 milyon ek turist ziyaret edecekti. İstanbul Olimpiyat Oyunları Hazırlık ve Düzenleme Kurulu'na göre (İOOHDK); İstanbul Olimpiyat projesinin en önemli unsuru, İkitelli'de ki 584 hektarlık alanda planlanıp yapılan ve içinde 9 çok amaçlı tesisin yer alacağı Olimpik Parktır. Bu park, Olimpiyat Oyunlarından sonra İstanbul halkının sportif, rekreasyonel ve kültürel gereksinimlerini karşılayan bir merkez olacaktır. Uluslararası federasyonların teknik şartlarına göre inşa edilen ve 134 giriş ve 148 çıkış kapısının bulunduğu stadyum, 7.5 dakikada boşalacak şekilde planlanmıştır. On üç spor dalı tarafından kullanılabilmesinin yanında, motor spor gösterilerinde, kültürel aktivitelerde ve fuar amaçlı olarakta kullanılabilir. Stadın hemen yanında ısınma ve antrenman amaçlı 2 atletizm pisti olacaktır. Olimpiyat projesi kapsamında inşaatı sürdürülen 22.000 kişilik Ataköy Çok Amaçlı Spor Salonu ve 4.500 kişilik Bağcılar Spor Salonu hizmete girmiştir. Ayrıca İOOHDK Ahmet Cömert Spor Salonu, Burhan Felek Atletizm Pisti, Ataköy Açık Yüzme Havuzu, Ataköy Kapalı Yüzme Havuzu, Burhan Felek Sporcu Eğitim Merkezi ve deprem bölgeleri olan İstanbul, İzmit, Adapazarı, Düzce, Yalova ve Bolu'da inşa edilen Olimpiyat Gençlik Evleri hizmete girmiş durumdadır. Ancak, spor turizmi açısından en önemli ve gelir getirici organizasyon olan Olimpiyatların İstanbul'da yapılabilmesi için sadece olimpik şartların sağlanması tek başına yeterli olmayacaktır. Oyunları kazanmada spor kadar önemli diğer kriterlerin başında istikrarlı ekonomi, ulaşım, çevre, konaklama, güvenlik ve sağlık hizmetleri gelmektedir.

## 4.4.2. OLİMPİYAT OYUNLARININ YÖNETİM ŞEKLİ

### 4.4.2.1. Uluslararası Olimpiyat Komitesi ( IOC )

Uluslararası Olimpiyat Komitesi olimpik hareketin en yetkili organıdır. Olimpik hareket içinde herhangi bir sıfatla yer alan her kişi ya da örgüt IOC'nin kararlarına uymak zorundadır. Uluslararası Olimpiyat Komitesi, İsviçre Federal Konseyi'nin, 17 Eylül 1981 tarihli kararnamesiyle tanıdığı tüzel kişiliğe sahip kuruluş statüsünde, kar amacı gütmeyen sınırsız süreli hükümet dışı, uluslararası bir örgüttür. Merkezi, İsviçre'nin Lozan kentindedir. IOC'nin görevi Olimpik antlaşmaya uygun olarak Olimpik Harekete önderlik etmektir. IOC'nin Olimpik Antlaşma'nın hükümleri temelinde alınan kararları kesindir. IOC üyelerini uygun nitelikte gördüğü kişiler arasından seçer. Bu kişilerin ilgilerinin asıl yoğunlaştığı ülkenin vatandaşı olmaları ve bu ülkede IOC'nin tanıdığı bir Milli Olimpiyat Komiteleri (NOC)'nin bulunması zorunludur. Her ülkeden ancak bir üye seçilebilir. Bununla beraber IOC oyunların düzenlendiği ülkelere, ikinci bir üye de seçebilir. Ayrıca başkanın genel kurula önerisiyle uyruk, ya da oturma yeri gözetilmeden en fazla on üye daha seçilebilir. En az on yıllık IOC hizmetinden sonra yaşa, sağlığa bağlı ya da IOC yürütme kurulunun kabul ettiği başka nedenlerle çekilen her üye, onursal üye olur ( Olimpik Antlaşma, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi Yayını, s.25, 1997).

Uluslararası Olimpiyat Komitesinin Rolü:

Olimpik Oyunların düzenli olarak yapılmasını sağlar. Olimpik hareketin birliğini pekiştirmeye yönelik önlemlerin, uluslararası ve ulusal spor kuruluşlarıyla bağlantı içinde, tanıtılmasını ve uygulanmasını sağlar, barışa hizmet edecek eylemlere katılır,

sporda fair play ruhunun olması ve şiddetin olmaması için yoğun çaba gösterir, Olimpik oyunların çevre sorunlarının sorumlulukla gözetildiği koşullarda düzenlenmesine dikkat eder.

#### **4.4.2.2. Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi**

Milli Olimpiyat Komiteleri (NOC), olimpizm hareketinin bütün ülkelerde amacına ulaşabilmesi için IOC'nin kural ve uygulamalarına göre çalışırlar. Bu kuruluşlar, hukuki statüye sahip olup, ülkelerdeki sporun gelişmesi ve korunması için çaba sarfederler ( Morpa Spor Ansiklopedisi, s.127 ). Milli Olimpiyat Komiteleri, Olimpik hareketin ve Uluslararası Olimpiyat Komitesinin ilke, kural ve yönetmeliklerini benimseyerek bunları kendi ülkesinde uygulayıp yayan, kendi ülkelerinin yasalarına göre kurulmakla birlikte hükümetlerine karşı tüm karar ve eylemlerinde özerk olmaları gereken ana ilkelere aykırı birleşmelere ve etkileşmelere girmeleri yasak olan, Olimpiyat oyunları ile UOK tarafından düzenlenen tüm yarışmalarda ülkelerini temsil eden ve uluslararası komitenin saptadığı yönetim modeline göre örgütlenmesi gereken bir ulusal kuruluştur ( FİŞEK K. s.478, 2003). Uluslararası Olimpiyat hareketi içinde Türkiye'nin önemli bir yeri bulunmaktadır. Hristiyan, Roma Yunan kültürü kökenli Avrupa ülkelerinin dışında Olimpik harekete ilk katılan ülkelerden biri de Türkiye'dir ( 1908) (DONUK B., s.56, 2005).

##### **4.4.2.2.1. TMOK Örgüt Yapısı**

Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi siyasi bir bağlantısı olmayan, uluslararası hukuka dayanan, Uluslararası Olimpiyat Komitesine resmi olarak üye

olan bağımsız bir kuruluştur. TMOK'nin merkezi İstanbul'dadır. Taşra örgütü yoktur. TMOK kurul ve komisyonlardan oluşan bir örgüttür.

#### Kurullar

Genel Kurul: TMOK'nin en üst düzey karar organıdır. Genel kurul aidatlarını tamamen ödemiş üyelerin yarısından bir fazlasının katılımıyla toplanır. TMOK üyelerinin asıl ve yedek üyelerini seçer. Dernek tüzüğünde gerekli görülen değişikliklerin ve değişikliklerle ilgili düzenlemelerin ve ayrıca TMOK faaliyetlerinin düzenli bir şekilde yürütülmesini temin edecek olan iç mevzuatın oluşturulmasını, yürürlüğe koyulmasını veya yürürlükten kaldırılmasını sağlar. Derneğin uluslararası faaliyette bulunması, yurtdışındaki kuruluşlara katılımı ya da ayrılması konularında karar alır. Genel kurul toplantısı, tek sayılı yıllarda olmak üzere iki yılda bir Eylül ve Ekim ayları içerisinde yapılır.

Yönetim Kurulu : Yönetim kurulu dernekte en az iki yılını dolduran ve toplantı tarihinden en geç beş gün öncesine kadar yazılı olarak adaylık başvurusunda bulunan, üyeler arasından Genel Kurul'ca gizli oy ile seçilen dokuz asıl ve beş yedek üyeden oluşur. Bir başkan, iki başkan yardımcısı, bir genel sekreter, iki genel sekreter yardımcısı ve bir sayman üye seçer. Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin (IOC) Türkiye'deki temsilcisi ile spor federasyonları'nın bağlı bulunduğu kuruluşun başkanı,

Yönetim Kurulu'nun oy sahibi doğal üyeleridir. IOC kurallarına göre, IOC üyesinin de seçme ve seçilme hakkı vardır.

Konseyde görüşülüp karara bağlanmış olan olimpiyat ve benzeri oyunlara katılmaları uygun görülen spor dalları kabilelerini, spor federasyonlarının bağlı bulunduğu kuruluşun başkanlığı ile birlikte sağlar. Sporla, olimpiyat ve benzeri oyunlarla ilgili her türlü yayının gerçekleştirilmesini sağlar. Genel kurulda alınan kararların

yürürlüğe koyulmasından sorumlu olup Genel Kurul tarafından verilen diğer görevleri yerine getirir.

Denetleme Kurulu : Genel kurul tarafından gizli oyla seçilen üç asıl ve üç yedek üyeden oluşur. TMOK ve IOC'nin göz önünde tuttuğu tüzük ve yasalara uygun olarak yürütülen her türlü faaliyeti denetleyen bir kuruldur.

Konsey : Gizli oy ile seçilen yedi asıl ve üç yedek üyeden oluşur. Konsey en az dört ayda bir toplanır. TMOK başkanı konseyinde başkanıdır ve toplantıları yönetir. Konsey üye tam sayısının yarısından bir fazlasının olması halinde toplanılır. Katılacak sporcuların Olimpik liyakatlarını, Olimpik antlaşmaya göre inceleyerek onaylar.

Sicil ve Disiplin Kurulu : Dernekte en az on yılını dolduran Genel Kurulca seçilen üç asıl ve iki yedek üyeden oluşur. Üyelerin başvuru ve kayıtlarını incelemek, sicillerinin tutulduğu kuruldur.

Yüksek Danışma Kurulu : Genel Kurulun dernekte on yılını doldurmuş veya Yönetim Kurulunda en az iki dönem görev yapmış olan üyeler arasından bir seçim dönemi için seçtiği dokuz üyeden oluşmaktadır. Bir seçim dönemi içerisinde en az dört kez kendisinin belirleyeceği tarihlerde toplanır. (TMOK Tarihi, s.52, 1997.)

#### **4.4.2.2.2. TMOK'nin İlke ve Görevleri**

Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi Tüzüğü'nde yer alan kuruluşun ilke ve görevleri şunlardır:

- Türk toplumu bireylerinde spor bilincini ve ruhunu oluşturmak,
- Sporun kitlelere yayılmasını ve geliştirilmesini sağlamak,
- Olimpiyat ideali çerçevesi içinde spor yapma fikrini aşlamak ve bu fikrin gelişerek yaygınlaşmasını, kuvvetlenmesini ve korunmasını temin etmek,

- Sporcuların Olimpik liyakat esaslarına uygun surette hareket etmelerini sağlayacak önlemler almak,
- Konusu ile ilgili araştırmalar yapmak ve yaptırmak,
- Her türlü politik, ekonomik, dinsel etkinin dışında, bütünüyle bağımsız ve özerk olarak çalışmalarını sürdürmek.

Türkiye Milli Olimpiyat Komitesinin temel görevi Olimpik Antlaşma kuralları çerçevesinde ve temel ilkeler doğrultusunda Olimpik Hareketin ve sporun geliştirilmesini sağlamaktır. Komite bu amaçla;

- Olimpiyat ve benzeri oyunlar Türkiye'nin bir kentine verildiğı takdirde, bu oyunları ilgili makamlarla işbirliğı yaparak düzenlemek,
- Uluslararası kuruluşlara tescilli Türk spor federasyonları ile Uluslar arası Olimpiyat Komitesi ve diğerk ülkelerin Milli Olimpiyat Komiteleri arasında bağlantı kurar ve işbirliğı yapmak,
- Olimpiyatlara ve benzeri oyunlara katılacak Türk sporcularının Olimpik liyakatlerini ve müsabakalara katılma yeteneklerini inceleyip onaylar, Olimpiyat yada benzeri oyunların kabilelerini oluşturur, yönetir ve bu amaca uygun olarak her türlü gereksinimleri karşılar ve tüm denetimleri yapmak,
- Olimpiyat işlerinden dolayı spor federasyonları arasında çıkabilecek anlaşmazlıkları kesin sonuca bağlamak,
- Spor federasyonlarının Olimpiyat ve benzeri oyunlara katılabilmelerini kolaylaştıracak önlemleri alır, uyarılarda bulunmak,
- Türkiye'nin Olimpiyat yada benzeri oyunlara katılmasını, bunların Türkiye'de düzenlenmesi halinde ise gerçekleşmesini sağlamak amacıyla ilgili resmi kuruluşlardan yeteri kadar parasal olanak ve özel kişiler ile kuruluşlardan da yardım isteğinde bulunmak, halka açık kampanyalar düzenlemek,

- Olimpik düşünce ve Olimpik hareketi gerçekleştirmek amacıyla her türlü yayını yapmak, yaptırmak, toplantılar düzenlemek,
- Gerekli gördüğü hallerde Uluslararası Olimpiyat Komitesi'ne, Olimpik Hareket ve Olimpiyat Oyunlarının düzenlenmesi ve yönetilmesi konularında önerilerde bulunmak,
- Yılda bir defa “ Olimpik Gün ” adı altında spor, kültür ve sanatı özendiren etkinlikler düzenlemek,
- Ülkemiz kentlerinden herhangi birinin Olimpiyat Oyunları'nı düzenlemeye aday olması halinde, bu yoldaki girişimi uygun gördüğü takdirde, ilgili kentin yetkili makamı aracılığıyla yapılacak başvuruyu onaylar, oyunların Uluslararası Olimpiyat Komitesi'ni tatmin edecek şekilde ve öngördüğü koşullar çerçevesi içinde düzenleneceğini garanti etmek,
- Türk sporunun kalkınmasına yönelik eğitim vb. çalışmalar yapmak,
- Doping konusunda yapılan çalışmaları destekler ve alınan önlemleri denetlemektir (TMOK Tarihi, s.50,1997).

#### **4.4.3. Olimpiyat Oyunlarının Ekonomik Getirileri, Şehre ve Spor Turizmine Getirdiği Katkıları**

Olimpiyatlar bir ülkenin sporuna, sporcusuna, toplumuna önemli katkılar sağlar. Olimpiyatlar ülke ekonomisini geliştirirken; ülkenin önemli derecede tanıtımının gerçekleşmesine ve ülkede, çeşitli istihdam alanlarının yaratılmasına da olanak tanır. Olimpiyat oyunlarının bu katkılarının farkında olan ülkeler, hatta belediye ve yerel yönetimler, bu oyunları kendi idari birimlerine taşıma konusunda sürekli bir mücadele içinde olurlar. Olimpiyatlar her ne kadar şehirlere veriliyor ise

de, tüm ülkenin gururu ve malı olmaktadır (COŞKUN M. İ, 1994). Olimpiyatlara aday olan şehirler bu büyük festivali başarmak ve başarabileceğini ispat etmek için önemli çabalar göstermek zorundadırlar. Bir ülke için olimpiyat oyunları düzenlemek ve bu oyunları, en görkemli alanlarda, en görkemli şekilde sunmak onur vericidir; Bir sporcu için ise, olimpiyat oyunlarına katılmak daha da büyük bir onurdur. Olimpiyat oyunlarını düzenlemek, oyunların düzenleneceği şehir ve ülke için kazançlı bir yatırımdır. Şehirde yapılacak olan spor tesisleri o şehrin gençliğinin sporu sevmesine yardımcı olurken, ülkenin elit sporcu sayısının artmasını da sağlayacaktır.

#### **4.4.3.1. Tanıtım**

Spor büyük bir üretim ve tüketim alanıdır bunun yanısıra ülkelerin uluslararası alanda kendilerini tanıtacağı bir propaganda aracıdır (BAYATLI T. 1989). Spor, toplumsal düzeyde gerçekleştirdiği ilgi ve itibardan, insanlar üzerinde bıraktığı kalıcı değerlere kadar her toplum için en ciddi “ reklam aracı ” haline gelmiştir (YETİM A. A. 2005). Ülkelerin tanıtımında en etkili araç olan spor ve bu gerçeğin farkında olan ülkeler spora ve sporcuya büyük yatırımlar yapmaktadırlar. Günümüzde hükümetler, sporcuların uluslararası düzeyde başarı kazanması ve kendi ulusunun ve kültürünün tanıtılması için büyük paralar harcamaktadırlar (DOĞAN O, 2004). Olimpiyatlar bir ülkenin sporuna, sporcusuna, toplumuna önemli katkılar sağlar. Bununla beraber olimpiyatlar, düzenleneceği ülkenin, önemli derecede tanıtımının da gerçekleştirmesini sağlar. Ayrıca, dil, din, ırk ve cinsiyet ayrımı yapmadan insanları televizyonun karşısına ve stadyumlara toplayan bir gerçektir.



Olimpiyat oyunları günümüzün en büyük sportif festivalidir. Olimpiyat oyunları kültürel ve ekonomik boyutuyla büyük bir organizasyondur. Başarılı etkinlikler gerçekleştiren ülke veya kişiler kendi tanıtımlarını yaparlarken, şampiyon olan sporcularda kendisini, ülkesini ve sponsorlarını tanıtmaktadır (BALCI V., 1999). Olimpiyat oyunlarının en büyük getirisi ülkenin tanıtımıdır. Olimpiyat oyunları uluslararası bir organizasyon olduğu ve birçok ülkede, milyonlarca insan tarafından takip edildiği için, oyunlara katılan yarışmacıların kültürel özelliklerini ve milli değerlerini sergileyip tanıtabilecekleri, ülkelerinin propagandasını yapabilecekleri bir ortam sunar. Sporun sadece kişilere katkı yapmadığı bir gerçektir. Spor aynı zamanda toplumun kültürünün tanıtılmasında da en önemli araçtır.

Genç nüfusa sahip olan Türkiye’de çocukları ve gençleri sporun içine ne kadar çok çekebilirsek ülke hem sağlık alanında, hem de uluslararası rekabette o kadar başarılı olacaktır ( ŞAHİN M., KOÇ S., YILGIN A., 2003). Olimpiyat oyunlarını kazanmak, Türkiye’nin dışa açılmasını olumlu yönde etkileyecektir. Ülkede üretilen ürünler, herkes tarafından bilinen ve tanınan ürünler ve markalar haline gelecektir.

#### **4.4.3.2. Olimpiyat Oyunlarının Ekonomik Getirileri**

Olimpiyatlar bir ülkenin sporuna, sporcusuna, toplumuna önemli katkılar sağlar. Günümüzde olimpiyat organizasyonları, adeta bir görsel şölen halini almıştır. Olimpiyatlar sayesinde, olimpiyat oyunlarının düzenlendiği ülkede, spora olan ilgi artar, yeni spor dalları tanınır, yeni sportif tesisler açılır, yeni antrenörler yetişir, alanında uzman sporcular artarken, amatör sporcular çoğalır. Bununla beraber,

olimpiyatların düzenleneceği ülkenin ekonomisine canlanma getireceği de inkar edilemeyecek bir gerçektir. Spor turizmi içerisinde yer alan en önemli organizasyon Olimpiyat Oyunları olarak kabul edilebilir. Olimpiyat Oyunlarını organize etmenin ülke ekonomisine, tanıtımına, ihracatına, yatırımlarına, turizmine, sporuna, gençliğine ve ülkenin imaj ve prestijine ne gibi katkılar getireceğinin bilincinde olan kentler ve ülkeler bu organizasyonu alabilmek için büyük mücadeleler vermektedirler (Gündoğan, N.(2001). Olimpiyatlara aday olma, oyunlardan çok önce başlamaktadır; Olimpiyat Oyunları, düzenleyebilen ülkeler için oldukça karlıdır, 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunları sonunda, kente 250 milyon dolar tutarında bir gelir kalmıştır. 1988 Seul Olimpiyat Oyunları'nı organize eden Güney Kore'nin 1988 yılındaki endüstri malları ihracatı bir önceki yıla oranla % 28.3 artış göstererek 60,67 milyar dolara ulaşmıştır. Ayrıca Güney Kore'yi 1988 yılında ziyaret eden turist sayısında da % 23'lük bir artış meydana gelmiştir. Seul Oyunları 1982-1988 yılları arasında 302.000 kişilik ek istihdam yaratarak işsizlik oranının da düşmesini sağlamıştır.

Spor, sporla ilgili hammaddelerin işlenip, değiştirilerek, kullanıma sunulmasıyla maddi servet üretilmesine yarayan ekonomik bir etkinliktir (ERDEMLİ A., 2002). Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi spor artık getirisi çok olan büyük bir endüstri kuruluşu halini almıştır. Düzenleyen ülkenin tesislerinin modernizasyonu yanında büyük maddi girdiler sağlayan oyunları alabilmek için ülkeler kıyasıya bir çekişme içerisine girmişlerdir. Dünya ticaretinin önde gelen firmaları dahi tüm dikkatlerini bu organizasyon üzerinde toplamışlardır ( SEÇİLMİŞ K., 2004). Olimpiyat oyunlarının yapıldığı ülkeye veya şehre önemli ekonomik hareketlenme getirdiği bir gerçektir. Bu duruma, seksenli yıllardan itibaren olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapmak isteyen aday kentlerin sayısının artması da bir kanıt olabilir. Çünkü, artık olimpiyat

oyunlarının gücü bütün milletlerce ve her yönüyle fark edilmiş ve daha iyi kavranmıştır ( Türkiye Amatör Spor Kulüpleri Konfederasyonu Yayın No: 11, s. 12, 1989). Olimpiyatlar düzenlendiği ülkede, ekonomiyi canlandırırken ülkenin itibarını da güçlendirir. İzleyicileri milli prestij taşıyan motiflerle eğlendirirken, ticaret ilişkisi içinde, satışlarında artmasını sağlayacaktır (EKENCİ G., İMAMOĞLU A. F., 1998). Günümüzde sporun her dalına olan toplumsal isteğin, uluslararası spor müsabakalarının öneminin, yazılı ve görsel yayın organlarının spor faaliyetlerine olan ilgisinin iyice artması, tüm ülkelerin ekonomisine dikkate değer bir canlanma ve hareketlilik getirmektedir. 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 bulunacaktır. Bu da şehrin ekonomisinde bir hareketlenme meydana getirecektir. Böylece kent yıllarca gerçekleştiremeyeceği ekonomik büyümeyi, olimpiyat oyunları sayesinde bir anda gerçekleştirebilecektir.

#### **4.4.3.3. İstihdam**

Olimpiyat oyunlarının, düzenleneceği ülke ya da şehre katkısı sadece tanıtım alanında değil, ekonomik alanda, özellikle de istihdam alanında olmaktadır. Bu oyunlar sayesinde birçok yeni istihdam alanları doğmaktadır. Spor, dünyanın birçok ülkesinde hızlı bir gelişim içerisinde. Bu gelişme beraberinde spor tesisi, spor malzemelerinin üretilmesi, spor eğitmeni, sağlık uzmanı vb. gibi birçok ihtiyacı da doğurmaktadır. Bu ihtiyaçlar bahsi geçen alanlarda yetişmiş nitelikli elemanların istihdamı ile karşılanabilecektir. Olimpiyat oyunlarının yapılacağı şehirdeki birçok spor tesisi yenilenerek olimpiyatların yapılacağı seviyeye çıkarılacaktır. Bu

alışmalar o bölgedeki işçiden yöneticiye, mhendisden, malzeme satıcısına kadar birçok kişiye iş yapma imkanı sunacaktır.

1988 yılında düzenlenen Seul Olimpiyat oyunlarının düzenlendiği Güney Kore'yi ziyaret eden turist sayısı bir önceki yıla oranla % 23 artış göstererek 2,300,000'e ulaşarak ülke ekonomisine 3 milyar 300 milyon dolarlık bir gelir sağlamıştır. Seul Olimpiyat oyunları 1982-1988 yılları arasında 302,000 kişilik ek istihdam yaratarak işsizlik oranında düşüş göstermesine yol açmıştır ( ERDEM S, 2002). Bu gerçek işsizlik oranının çok yüksek olduğu Türkiye için daha da önemlidir. Ülkede düzenlenecek olan bir olimpiyat organizasyonu birçok işsiz insanın istihdamına yardımcı olacaktır.

Günümüzde insanların spora olan ilgisinin ve spora ayırdıkları zamanın artması, farklı yollardan ekonomik büyümeyi desteklemiştir. Bunun için spor ve spor ile ilgili işler bütün dünyada küçümsenemeyecek boyutta bir iş hacmine sahiptir. Bu durumun farkında olan birçok ülke olimpiyat oyunlarını kendi lkesinde gerçekleştirebilmenin yollarını aramaktadır (KALE R., ERŞEN E., 2003).

#### **4.4.3.4. İmaj ve Prestij**

Olimpiyat oyunları, "spor" denildiğinde; en büyük ve en görkemli toplu gösteri, büyük spor şöleni, ülkelerin g ve yetenek simgeleri olan binlerce gencin dostça yarıştıkları bir alan ilk olarak akla gelmektedir. Olimpiyatlar düzenleneceği ülkenin, şehrın imaj ve prestij kazanmasında önemli bir etkendir. Bu nedenle

olimpiyat oyunlarının açılış ve kapanış gösterilerindeki görkem, her seferinde bir kat daha artmakta, aynı anda milyonlara ulaşan görsel bir şölen halini almaktadır.

Olimpiyat oyunlarının görkemi bu oyunlara ev sahipliği yapmak isteyen ülkelerin aday şehirlerini belirlemelerinde etkili olmaktadır. Türkiye’de bu oyunlara ev sahipliği yapmak için, İstanbul’u aday göstermiştir. Bu adaylığın belirlenmesinde, İstanbul’un tarihi ve kültürel zenginliği, bir metropol olması, Asya ve Avrupa kıtalarını birbirine bağlaması, tarihinde üç imparatorluğa başkentlik yapmış olması, üç dini ve birçok etnik grubu bir arada yaşatan bir kent olması, Dünya ticaret merkezlerinden biri olması, en önemli turizm merkezlerinden biri olması gibi birçok özelliği etkili olmuştur.

Olimpiyat oyunları, branşlarında üstün olan sporcuların belirlendiği, büyük bir organizasyondur. Bu yarışmalarda başarı kazanmak, olimpiyat şampiyonluklarını ülkeye taşımak onurların en büyüğüdür. Bu onurları yaşamak ise, sporcuların küçük yaşlardan itibaren yetenekleri doğrultusunda, alanlarında uzman spor eğitimcilerinin desteği ile yetiştirilmesi ile gerçekleşebilir.

#### **4.4.3.5. Spora ve Sporcuya Katkısı**

Spor günümüzde toplumun vazgeçilmez bir tutkusu haline gelmiştir. Bir yaşam biçimidir. Sporun, toplumların ve insanların sağlığı üzerindeki rolü tartışılmamaktadır. Gençleri ve çocukları spor yapmaya yönlendirmek, onları kötü alışkanlıklardan uzaklaştırmak, bununla beraber manevi ve milli değerlerine sahip çıkan, ülkesini seven, sosyal, anlayışlı ve hoşgörülü, ülkesi adına yarışmaya istekli, nitelikli insanlar olarak topluma kazandırmak demektir.

Olimpiyatlar bir ülkenin sporuna, sporcusuna, toplumuna önemli katkılar sağlar. Oyunları isteyen şehirler ya da ülkeler spor ve olimpiyatlar ile yenileşmeyi, çocuklarına ve gençliğine olimpizm bilincini yerleştirmeyi hızlı bir oluşum içinde verirler. Olimpiyat oyunlarında yarışmak, diğer ülkelerin seçkin sporcularıyla mücadele etmek bir sporcu için en büyük onurdur; bu oyunlarda başarılı olmak, rekor kırmak sporcu için toplum içerisinde önemli bir konuma sahip olmanın ve bir statü kazanmanın da fırsatını sunar.

Sporun gelişmesi için, iyi bir spor eğiticisinin ve spor yöneticisinin olması gerekmektedir. Çünkü, sporcunun yetişmesi ve iyi bir spor izleyicisinin oluşması konusunda spor eğiticisi ve spor yöneticisinin rolü büyüktür. Spor yönetimi, yöneticisi ve eğiticisi olmayan bir toplumda spor gelişemez (CEYLAN İ., 1989 ). Olimpiyat oyunlarına aday olmak, hatta bu oyunları ülkede gerçekleştirmek, ülkeye sadece, tanıtım, ekonomik büyüme, istihdam imkanı gibi kazançlar sağlamayacak; bunların yanı sıra, sporcu kuşaklar yetiştirme fırsatını da sunacaktır. Olimpiyat oyunları, yeni spor dallarının tanınmasında, bu spor dallarının gelişmesinde ve bu spor dallarına sporcu kazandırılmasında etkili olacaktır.

#### **4.4.3.6. Kentin Gelişimine Katkısı**

Olimpiyatların düzenleneceği kentin gelişmesinde ve yenilenmesinde önemli yararlar sağladığı bir gerçektir. Olimpiyat oyunlarının organizasyonunun verilmesinde, düzenleneceği şehrin çevre şartları da dikkate alınmaktadır. Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin görevi sadece bu oyunları düzenlemek ya da bu

görevi yerine getiren ülkeyi seçmek değil, aynı zamanda organizasyonun verileceği şehrin, çevre şartlarını inceleyip, amaca uygun şekilde iyileştirilmesine de yardımcı olmaktır. Bu amaçla, komite oyunların düzenleneceği kente önemli bir maddi kaynak akışını da gerçekleştirmektedir. Bu durum oyunları alabilme uğraşı veren ülkeleri daha da büyük bir çekişmenin içine çekmektedir. Öyle ki, ülkenin spor tesislerinin yenileşmesi ve modernize olması ülke için önemli bir kazançtır.

Olimpiyat oyunları düzenleneceği ülkeye, yeni tesisler, yeni ruh ve sorunları azaltılmış bir şehir kazandırır. 2005 Üniwersialde'nin İzmir'e katkıları modern bir görüntüye kavuşan Atatürk Stadı, Türkiye'nin en önemli kapalı spor salonlarından biri olan Halkapınar Spor Salonu, büyük bir tenis kompleksinin yapılmasına kadar birçok tesise kavuşmuştur. Olimpiyat oyunları organizasyonuna aday olan her kent kendini yenilemek durumuyla karşı karşıya kalmaktadır (KURAL K., Olimpiyat Dünyası Sayı 31, s.13). İstanbul da oyunlara adaylık sürecinde kendini geliştirmiş, modernize ettiği ve yeniden inşa ettiği tesisler ile olimpiyatlara aday olmuştur. Bu tesisler adaylık isteğine olumlu cevap alınmasa da, şehrin gelişmesi için bir kazanç olmuştur. Yapılan tesislerin kaliteli ve istenilen standartta olması o şehri sonraki projelerde önemli aday şehirlerden biri yapacaktır. Olimpiyat oyunları organizasyonlarının spor turizminin gelişiminde de çeşitli katkıları bulunmaktadır. Örneğin: Uluslararası şampiyonalarda başarılar elde etmemiz, madalyalar almamız, yine uluslararası şampiyonalarda ülkemizin ev sahipliği etmesi gibi olayların dünyaya ülkemizin tanıtımı yanında, turizm ile ilgili hedeflerin birçoğu da gerçekleştirilmiş ve ülkemizin de spor turizmi ile ilgili çalışmalarda kolaylıkla yer alabileceğini de ortaya koyar ([www.turizmdebusabah.com](http://www.turizmdebusabah.com)). Spor kavramı ülkeler arası barış olaylarının gerçekleşmesine, gerçekleşme oluşmadığı durumlarda

yumuşamaların meydana gelmesine katkı sağlayabilir. Bu da sporun ne kadar güçlü bir silah olduğunu göstermektedir.

#### **4.4.4. Olimpiyat Oyunlarını'nın Ekonomi'ye, Şehre ve Ülkeye Getirebileceği Güçsüz Yanlar**

Olimpiyat oyunlarının şehre ve ülkeye getireceği güçsüz yanlara bakabilmek için, çeşitli ülkelerin ev sahipliği yaptığı olimpiyat oyunlarından örnekler vermemiz yararlı olacaktır. En önce Yunanistan'ı ele aldığımızda, görülüyor ki, Atina Yaz Olimpiyatlarından sekiz yıl sonra Yunanistan ekonomik krize girdi ve o pahalı tesislerin değeri sorgulanmaya başlandı. Atina'daki Helliniko Olimpiyat Kompleksi'nin, 2004 Yaz Olimpiyatlarından sonra da gelişeceği öngörülüyordu. Olimpiyatlar için şehrin eski havaalanının bulunduğu bölgeye inşa edilen tesis, kano ve slalom yarışları, hokey, beyzbol ve basketbol için düzenlenmişti. Kompleksi Avrupa'daki en büyük metropolitan parka dönüştürmekle ilgili büyük planlar yapılmıştı fakat , Yunanistan'daki bürokrasi nedeniyle gelişme hiç gerçekleşemedi. Bugün kompleks, bomboş bir alanda, uzamış çalılıkların ortasında duruyor. Ülke Avrupa'daki ekonomik krizin istikrarsızlığa yol açan etkileriyle boğuşurken, çoğu Yunan şimdi Olimpiyatlara gururla değil, pişmanlıkla bakıyor.

Hellenik Cimnastik Federasyonu'n dan Christos Libanovros, "O zamanlar kendimizi iyi hissettik çünkü dünyanın merkezi haline gelmiştik, ülkemizin havasını atacaktık," Fakat, şimdi iflas ettik, her şey her geçen gün daha kötüye gidiyor demekte. Libanovnos eski Olimpiyat kompleksinde genç cimnastikçileri eğitiyor ama tesis o kadar bakımsız ki, doğru düzgün idman yapmak neredeyse imkansız.



“Yabancı öğrencilerinden bu nedenle utanmalarını. klima olmadığını. “Ayrıca temizlikçiler olmadığı için çöp kutuları dolup taşıdığı” söylüyor. Ülkenin ekonomik sıkıntısının sebebi elbette Olimpiyatlara ev sahipliği yapmak değildi. Yunanistan'da uzun süredir iş verimliliği, kamu sektörü borçları ve yolsuzlukla ilgili sorunlar yaşanıyordu. Ama geçmişe bakınca, Atina Olimpiyatları günümüz Yunanistan'ının dönüm noktası olmuş durumda. 2004 Olimpiyatları Yunan ekonomisindeki işlev bozukluğunun küçük bir parçasıydı, yanlış bütçe tahminleri, yetersiz planlama, hatalı bir mali yönetim ve Olimpiyatlar Yunanistan'a 11 milyar Dolara, yani Yunan hükümetinin bütçe tahminlerinin en az iki katına mal olmuş; üstelik bu miktara, ülkenin nadiren kullandığı Olimpiyat tesislerini geçen sekiz yıl boyunca ayakta tutmak için harcadığı para dahil değil. Yunanistan terör endişeleri sebebiyle, güvenlik için 1.2 milyar harcamak zorunda kalmıştır.

San Francisco Merkez Bankası'ndan Mark Spiegel'e göre, “Olimpiyatlara hazırlanırken yaptıkları hatalara bakacak olursanız, Yunanistan'ı şimdiki borç sıkıntısına sokan hataların aynılarını görmek mümkün. Spiegel ile birlikte "Olimpiyat Etkisi" isimli bir çalışma yapan, California Üniversitesi'nden Andrew Rose, bugünkü haliyle Yunanistan'ın borcu yüzlerce milyarı bulsa da, Olimpiyatların maddi sıkıntıyı büyüttüğünü söylüyorlar.“Böyle etkinlikler, Yunanistan gibi fazlasıyla açık ekonomiler için israftan başka bir şey değildir," görüşünü paylaşmaktalar. Şehirler arasındaki yarış, hükümetlerin genellikle Olimpik avantajı yakalamak için mali yönden fazlasıyla açılmasına sebep oluyor. İnşaat başladığıdaysa, hükümetler genellikle bütçeyi doğru hesaplayamıyor ve bazen Olimpiyatlar bittikten sonra çoğu şehir, kimsenin kullanmadığı yapılarla başbaşa kalabiliyor. Tabi herkez aynı görüşte olmayabiliyor. Örneğin, Hellenik Olimpiyat Komitesinden Isidoros Kouvelos,

"Olimpiyatlar sayesinde şimdi bir metromuz, yeni bir havaalanımız ve yeni yollarımız var," diyor. "Boş stadyumlarımız şu beyaz filler var elbette ama hikayenin tümü bundan ibaret değil." demekte.

Bir Yunan spor radyosunda çalışan, köşe yazarı Vassislis Sambrakos, "Londra Olimpiyatlarında yarışan, madalya kazanabilecek atletlerimiz olmasına rağmen kimse Olimpiyatlardan bahsetmek istemiyor," diyor. "Yunanların çoğu 2004 Olimpiyatlarının bir yalan üstüne kurulduğuna inanıyorlar (<http://isinturkcesi.blogspot.com.tr>). Dev bir kurtarma paketi almış olan Yunanistan AB ve IMF komutasına girmiş ve benzeri görülmemiş kemer sıkma önlemlerine tabi hale gelmiştir. Yeni Milenyumun Başlangıcında, Yunanistan, Avrupa ekonomisinde zayıf bir ulus oldu ve savaş sonrası tarihinin en büyük siyasi-mali skandalının yaralarını sarmaya çalışıyordu. Atina borsasının çöküşü. Borsadaki spekülasyonlar, çeşitli hükümet yetkilileri tarafından, borsadaki artış trendinin, reel ekonominin güçlü stabilitesinin bir yansıması olduğuna dair sık tekrarlanan ifadeleri ile körüklenmiştir. Ancak tüm bu olanlara rağmen halk arasında Yunanistan'ın geleceği konusunda iyimser bir görüş hakimdi. Kriterlere tümüyle uygunsuz ve vasıfsız olsa da, ülke, Avrupa Ekonomi ve Para Birliğine 19 Haziran 2000 tarihinde kabul edilmiş ve Atina, 2004 Yaz Olimpiyat Oyunları için ev sahibi şehir olarak seçilmiştir. Her iki durumda da ülkenin siyasi-ekonomik ve medya elitleri Yunan ekonomisinin büyük sorunlarını ve yetersizliklerini uygun şekilde gizlerken, halk arasında güçlü bir ulusal gurur duygusunun yayılmasında önemli rol oynadı.

Yunanistan ağırlıklı olarak sadece hizmet odaklı bir ekonomiye sahiptir ama bu ekonomi aynı zamanda son derece verimsizdir. İç ekonominin temel

yetersizlikleri, ülkenin ciddi uluslararası ekonomik ilişkilerinde engel teşkil etmektedir. Ekonomik güvensizlik, kitlesel işsizlik, azalan ücretler, yoksulluk, sosyal marjinalleşme, suç, korku, ve sosyal ayrışma özelliklerini oluşturmaya başlamıştır. İflasın ve EURO-çevresine yayılmasının önlenmesi için dev bir kurtarma paketi almış olan Yunanistan AB ve IMF komutasındadır ve benzeri görülmemiş sert kemer sıkma önlemlerine tabi hale gelmiştir. Ancak, Portekiz, İspanya, İtalya, Fransa, ve İngiltere'de de derin bütçe kesintileri ile Avrupa' nın kemer sıkma kulübüne katılmıştır (<http://muhalefet.org> ).

#### **4.4.4.1. Olimpiyatların Ekonomik Etkisi**

Olimpiyatların ekonomik etkisini oyun öncesi,oyun esnası ve sonrası olmak üzere 3 şekilde ele alacak olursak, şöyle sonuçlara ulaşılabilir,

##### **4.4.4.1.1. Oyun Öncesi**

Şayet 07.09.2013 tarihi ile 2020 Yaz Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları'na İstanbul aday şehir olarak seçilseydi bu tarihten 2020'ye kadar geçecek yedi sene boyunca bu fazı yaşanacaktı. Kentin duyurulmasıyla başlayan süreçte ulaştırma altyapısı ve olimpiyat köyü, ek konaklama ve spor alanlarının inşaatı ile mevcut spor alanlarının iyileştirme çalışmaları başlayacak. Hazırlanan rapora göre İstanbul'a sadece Olimpiyatlar için 9,8 milyar dolarlık bir ulaşım altyapısı yatırımı yapılacak. Özellikle raylı sistem çalışmalarının 2018'e kadar sonlandırılacağı ve mevcut 106,8 km'den 264 km'ye çıkarılacağı öngörülmüyor. Ek spor tesisi içinse 400 milyon dolarlık bütçeyle kalıcı olarak Yeni Ankara, Bursa, Antalya Stadları, Boğaziçi

Stadyumu, Olimpik Hokey ve Tenis merkezleri ile 4 adet Olimpik antrenman salonu inşaa edilecek (<http://www.istanbul2020.com.tr>). Gayrisafi milli hasılaya %15 katkısı olan ve ülke ekonomisinin lokomotif sektörü halindeki inşaat sektöründen kaynaklı, Olimpiyat için yapılacak yatırımlar sayesinde milli hasılda artış ile birlikte sektörde kaynak talebiyle işsizlik oranlarında düşüş gözlemleyebiliriz. Bununla birlikte 7 yıllık hazırlık süreci içerisinde 2015 ve 2019 yıllarında Türkiye Genel Seçimlere gideceği için hükümetin değişmesi halinde yatırımların yavaşlaması, projelerin tamamlanamaması ve olası hükümet değişikliğine bağlı ekonomik küçülme bütçe açıklarına neden olacaktır.

#### **4.4.4.1.2. Oyun Esnası**

Oyunlar sırasında en büyük gelir kaynağı şüphesiz ki turizm olacaktır. Diğer gelir kaynakları arasında olimpiyat sırasında yaratılacak iş alanları, bilet ve basın yayın gelirleri vardır. Ancak bilet ve basın-yayın gelirleri sponsorlar ile Uluslararası Olimpiyat Komitesi arasında paylaştırılmaktadır ve ev sahibi ülkeye fazla bir maddi faydası olmamaktadır. Ayrıca oyunlar esnasında spor alanlarının yönetim giderleri de ev sahibi ülke tarafından karşılanmaktadır. Olimpiyatların amacı Türkiye'yi ve İstanbul'u hiç duymamış ve hiç ziyaret etmeyecek kişileri İstanbul'a çekmektir. Fakat, turistlerin bir kısmı oyunlar olmasa da İstanbul'u ziyaret edecekken, bir kısmı da oyunlar olduğu için ziyaret etmekten vazgeçebilir. Londra olimpiyatlarında da olduğu gibi, trafikten ve kalabalıktan kaçacak yerel halkı da eklersek insan yoğunluğu beklenenin altında kalabilir. Gelecek turist sayısını belirleyen etkenlerden en önemlisi de ülkenin güvenliğidir. Ülkede önceden yapılmış olan sivil eylemlere devletin geçmişte hangi şekilde müdahale ettiği ve olimpiyatlar

sırasında edeceği ise turistlerin güvenlik kaygılarını oluşturabilir. Türkiye'nin 2020 yılında da şu anda olduğu gibi komşularıyla problemlili halde olması da İstanbul'da terör endişesini arttıracığı için diğer ülkelerin vatandaşlarına güvenlik uyarısı yollamasına ve bu şekilde turist sayısında düşüşe neden olabilir.

#### **4.4.4.1.3. Oyun Sonrası**

Olimpiyat mirası yaklaşık on yıl boyunca ülke ekonomisinde etkisini gösterebilir. Olimpiyatların uzun süreli ekonomik katkısı iki yolla sağlanır: Yapılan altyapı ve ulaşım yatırımları kent sakinlerinin kullanımına açabilmek, olimpiyatların yapıldığı ülkenin tanıtımını düzenli turizm gelirine dönüştürebilmesi durumunda uzun süreli ekonomik getiri sağlanabilir.

2004 Atina Olimpiyatları ve Yunanistan ekonomik krizi olimpiyatların ekonomiye kötü etkisinin kanıtıdır. Ekonomistler Yunanistan'ın ekonomik krizinin bir nedeninin de 2004 Atina Olimpiyatları'nda halkın cebinden çıkan paralarla yapılan harcamaların karşılığını bulamaması olduğunu öne sürüyor (<http://www.pages.drexel.edu>). Atina olimpiyatları için büyük masraflarla yapılan stad ve işletmelerin hiçbiri oyunlar sonrasında kullanıma kazandırılmadı. Örneğin 3 stadı birbirine bağlayan 2km.lik sahil yolu ve 620 hektarlık olimpik köy yenilenip karlı bir şekilde satılmadığı için kelimenin tam anlamıyla çöplüğe dönüşmüş haldedir (<http://www.thedailybeast.com>).

Tabi bunun zıttı örneklerde vardır, örneğin; 1992 Barselona Olimpiyatları'nın en büyük ekonomik katkı sağlayan olimpiyat olmasının nedeni,

oyunlar sonrasında şehrin oyunların tanıtım ivmesiyle turist çekmeye devam etmesidir. 1992 oyunları öncesinde Barselona turistik bir şehir değildi, olimpiyatları izlemeye gelen basın mensuplarının pek azı daha önce Barselona'yı ziyaret etmişti. Barselona'da bulunan cazibe merkezlerine dair bilgi ise neredeyse yoktu. Şehrin mimari dokusu, kültürü, kozmopolitliği ve yerel halk ile iç içe olması ile Barselona keşfedilmemiş bir turizm mücevheriydi, oyunlar şehrin bu özelliklerinin tanıtılmasını sağladı. Oyunlardan hemen sonra Avrupa havayolu taşımacılığının regülasyonu ile başlayan ucuz uçuş furyası ile uluslararası haftasonu kaçamaklarının popüler adresi Barselona oldu. Oyunlardan sonra %80'den %50'ye düşen doluluk oranı ucuz uçuşlarla birlikte tekrar %80'e çıktı (<http://www.huffingtonpost.com>).

Artık 90'larda değiliz, şehir tanıtımı olimpiyatlarla değil çeşitli web siteleri aracılığıyla yapılıyor. Orta Doğu'nun mücevheri İstanbul, ne Batılı ne Doğulu oluşu, farklı mimarisi, iki kıtayı birbirine bağlayan Boğaz'ı ve kozmopolit yapısı ile uzun süredir turistlerin ilgisini çekiyor. Ancak hala Schengen'e dahil olmadığımız için Avrupa'nın ucuz havayolları RyanAir ve Easy Jet gibi firmalar Türkiye'de uçmuyor ve diğer alternatifler ise haftasonu kaçamaklarını kaldıracak kadar ucuz değil. Kur farkından dolayı İstanbul'un ucuz olması gerekse de eğlence, içki ve tütün ürünlerine konan yüksek vergilerle İstanbul'da gece dışarıya çıkmak Avrupa'nın en pahalı şehirlerinde dışarıya çıkmaktan daha masraflı. Diğer yandan TOKİ cennetine dönen İstanbul'da evler sahipleriyle doldurulamadığı için çürüyen toplu konutlar varken şehir merkezinden uzakta yapılacak olimpik köylerin yerleşim yeri olarak yeniden pazarlanmasının ne derece mümkün olabileceğini zaman gösterecek ama kabul etmek istemesek de bir gerçek 5 adet olimpiyat antrenman salonu, olimpik hokey ve tenis merkezi ile birkaç stadın çürümeye mahkum olacağıdır. 07 Eylül'deki kararları duymak için 600 kişilik heyetle Arjantin seyahati Olimpiyatlar için vatandaşın

cebinden çıkan paralarla yapılan harcama ne ilk ne de son masraf olacak. Bu durumda; Olimpiyatların yapılan masrafları karşılayıp karşılayamayacağı da sorulması gereken sorulardan biridir (<http://yesilgazete.org>).

#### **4.4.4.2. Olimpiyatlara Ev Sahipliği'nin İstenmemesine Neden Olabilecek Etkenler**

Mahalle yıkımları ile zorla yapılan tahliyelerin olimpiyatlara getirdiği maliyet, doğa ve çevre katliamı olarak kabul edilen altyapı çalışmaları 4 alt başlıkta incelenebilir.

##### **4.4.4.2.1. Mahalle Yıkımları İle Zorla Tahliyeler**

“Kentinizi yoksullardan temizlemek mi istiyorsunuz, Olimpiyatların ev sahibi olun (<http://ceasefiremagazine.co.uk> ). BM önceki Konut Hakkı Raportörü Miloon Kothari'ye göre “Dünyada bütün büyük spor organizasyonlarının (olimpiyat, dünya kupası vb) yapıldığı kentlere baktığımızda bunların hep negatif etkisini görüyoruz. Dünyadaki bütün örnekleri inceledik, olumlu katkısının olduğu tek bir örnek yok. Bu kentlerde zaten öncesinde kentsel dönüşüm süreci başladıysa, yani fakir mahalleler çeşitli bahanelerle ayrıştırılarak kent dışına sürülüyorsa bu bir alışkanlık haline geldiyse, olimpiyat da bunun için başka bir bahane oluyor. Hükümetler zaten içinde alışveriş merkezlerinin, lüks konutların olduğu ancak yoksulları görmek istemediği modern kentler yaratmak istiyorsa olimpiyatlar bunun için çok iyi bir fırsat sunuyor. Çünkü dış yatırımcıyı çekiyor, yeni altyapı projeleri ihtiyacı doğuruyor (<http://www.bianet.org> ). Konuyla ilgili 2 önemli uluslararası

rapor bulunuyor: COHRE (Center of Housing Rights and Evictions- Konut Hakları ve Tahliyeler Merkezi) Raporu ile BM-Konut Hakkı Raportörü Raquel Rolnik'in 2009'da BM-İnsan Hakları Komitesine sunduğu Mega-etkinlikler Raporu.

1998'den 2008'e Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapan kentleri inceleyen COHRE, 4 milyondan fazla insanın zorla tahliye edildiğini raporlamış. Konut Hakkı Raportörü Rolnik'in geniş kapsamlı raporu ise zorla tahliye sayılarındaki artışın yanı sıra, mega-etkinliklerin soylulaştırmadaki rollerini, neden oldukları kira artışlarını ve ayrıca sosyal konut politikaları üzerindeki olumsuz etkilerini istatistiklerle belgeliyor.

Raporlara göre ev sahibi kentlerin durumları şöyle;

-1992 Barcelona: Altyapı inşaatları ve kenti güzelleştirme bahanesiyle tarihi merkezlerdeki mahalleler ile Roman mahallelerinin yerleşik nüfusları zorla tahliye edilmiş ve 2500 kişi etkilenmiş. Kentin Olimpiyat Oyunları süresi boyunca (Ev sahipliğinin açıklanmasından itibaren Oyunları da içeren 5 yıllık süre) konut fiyatları %131 artıyor; aynı dönemde ülke genelindeki artış ise %83. Olimpiyatların ardından, 1993'de, konut fiyatlarındaki artış sadece % 2 oluyor.

-1996 Atlanta: 30 bin kişi yerinden edilirken, 2000 sosyal konut ünitesi yıktırılmış. 1991 senesinde aylık kira artışı sadece %0.4 olan Atlanta'da, 1996'da Olimpiyat Oyunları öncesinde bu rakamın %7.9'a çıkmasıyla, alt gelir gruplarından 15.000 kenti terk etmek zorunda kalıyor.



-1988 Seul: 720 bin kişi zorla tahliye edilmiş. Daire fiyatları, 1988'in ilk 8 ayında % 20,4 artarken, arazi fiyatlarındaki artış % 27'ye, 1978' den bu yana en yüksek rakama ulaşmış.

- 2000 Sydney :Olimpiyat Oyunları dönemini içeren 5 yılda konut fiyatları %50 artıyor, ülke genelindeki artış ise %39.

-2008 Pekin: 1 milyon 250 bin kişinin zorla tahliyesine sebep olmuş. “ağdaş Çin imajının yeniden inşası Pekinlilerin yaşam alanları pahasına gerçekleştirilmiştir” diyor bir araştırmacı. Çin Hkmeti, Olimpiyat bahanesiyle Pekin'in yerleşik mahallelerini ve tarihi Dazhalan bölgesini yıkarak buraları alışveriş merkezleri, lüks rezidanslar ve spor tesisleri ile donatmıştır.

-2010 Dünya Kupası'nın şenlikli yüzünün gerisinde, Güney Afrika Durban'da yerlerinden edilen, konutları yıktırılan, işlerini kaybeden ve aynı zamanda şiddet gören kent yoksullarının dramı var.

-Yeni Delhi'de 2010'daki İngiliz Milletler Oyunları için boşaltılan 19 mahalleden 17'sinden 400 bin kişi zorla tahliye edilmiş ancak buralarda hiçbir spor organizasyonu gerçekleştirilmemiştir.

-2012 Yaz Oyunlarının ev sahibi Londra'da, Olimpiyat Köyü civarındaki alt gelir grubu mahalleleri ile sosyal konut alanlarından nüfuslar tahliye edilmiş. Olimpiyat köyü civarlarındaki bölgelerde gayrimenkul fiyatlarındaki artış %1.4'den, kentin ev sahipliğinin ilanıyla, %4.6'ya çıkmış. Aynı dönemde, kentin diğer bölgelerinde artış sadece % 0.2.

-2014 Dünya Kupası ile 2016 Olimpiyatlarının ev sahibi Brezilya'nın favelalarından da temel hakların ihlalleri ve kenti temizleme operasyonları duyuluyor. 6 bin yoksul silah zoruyla tahliye edilmiş. Associated Press'e göre Rio'da sadece 2010'da 170 bin zorla tahliye var.

- 2014 Dünya Kupası nedeniyle: Rio'da 38,297,Sao Paola'da 89,200, Belo Horizonte'de 14,000, Curitiba'da 6,000, Porto Alegre'de 32,000, Brasili'da 2,000, Cuiaba'da 3,200,Salvador'da 24,000, Recife'de 12,000, Natal'da 4,000, Fortaleza'de 20,000,Manaus'da 3,600. Brezilya'da 250,000 üzeri kişiye zorla tahliye tehdidi vardır; tesislere ayrılan bütçe ise 50 milyar dolardır.

-“Dünya Kupası/Olimpiyat Halk Komitesi” adlı sivil inisiyatif tarafından hazırlanan dosyaya ( <http://rionwatch.org> ) göre de yapılan hazırlıklar spor tesisleri ve ulaşım altyapısının yenilenmesinin çok ötesinde; yapılı çevrenin yeniden yapılandırılması yoluyla, sosyo-politik güç yapılarının, elitlerin çıkarına ve maddi olarak dezavantajlı grupların aleyhine olacak biçimde değiştiği vurgulanıyor.

-Zorla ve keyfi tahliyeler, şeffaflık ve demokratik katılım eksikliği, kurumsal yapıların yerini FIFA ve IOC gibi güç odaklarının alması ve yoksul mahallelerin askeri müdahalelere maruz kalmasının, Rio de Janeiro'da devam etmekte olan “sosyal temizlik” sürecinin olağan bir görüntüsü olduğu ifade ediliyor.

-Tesisleri ve altyapıyı tamamlamak için tanınan kısa süre ve dev organizasyonların demokratik süreçleri zedelemesi nedeniyle, ağır insan hakları ihlallerine de oldukça

sık rastlanıyor (Gaffney, C., Michener, G; “Explaining Brazil’s Vinegar Revolt”, <http://www.geostadia.com>).

-2020 adaylık yarışından Roma’nın çekilme nedeni maddi sıkındaki İtalya’ya getireceği mali yüküdür.

-2004 Atina Olimpiyatlarının hesaplanan maliyeti 1,6 milyar dolarken, gerçekte 16 milyar dolara, 10 katına çıkmış. Yunanistan’ın bugünkü ekonomik krizinde Olimpiyat Oyunları’nın payı göz ardı edilemez.

-2012 Londra: 2005 yılında oyunlara ev sahipliğini kazandığında mali portre 2,37 milyar dolar olarak hesaplanmışken, bütçe gerçekte 4 katına 9 milyar dolara çıkmıştır.

-2010 Vancouver Kış Olimpiyatları’nda orijinal bütçe 660 milyon dolarken, Oyunların maliyeti 5 milyar dolar olmuştur.

-1976 Montreal Olimpiyat Oyunlarının borçlarının geri ödemesi 30 yılda ancak tamamlanmış. Faizlerin ek maliyetinin de düşünülmesi gerekmektedir.

İstanbul’un adaylığındaki özel sektör desteğinin de önemi büyüktür. İstanbul 2020 sponsoru Koç Şirketler Grubu adına Uluslararası Olimpiyat Komitesi’ne (IOC) sunum yapan Ali Koç, “İş dünyasının Olimpiyatları büyük bir fırsat olarak gördüğünü”, “Türkiye’yi yeniden markalandıracağını” ve “Dünyadaki en iyi şirketlerle her şartta rekabet edebileceklerini” vurguladı (<http://www.hurriyet.com.tr>).

Özel sektörün bu desteği avantaj olarak ön plana çıkarılıyor; ancak IOC Değerlendirme Raporuna göre, bu destek 19,7 milyar dolarlık yatırım planının sadece 2,4 milyar dolaylık kısmından ibaret. (<http://www.olympic.org>) Özel sektör temsilcileri çıkarları doğrultusunda kampanyaya destek vermekteler. Ülker ve Doğuş Grubu da bunlar arasında (<http://www.ekonomist.com.tr>) IOC Değerlendirme Raporu'nun (<http://www.olympic.org> ) giriş bölümünde, Türkiye Başbakanı tarafından ayrılmış 250 milyon dolar tutarında 'Yenilik Fonu' adı altında bir fona atıfta bulunuluyor. Bu miktarın, IOC tarafından ya da IOC ile birlikte belirlenen projelere destek sağlamak amaçlı olarak hibe edileceği belirtiliyor.

Bu kadar büyük bir bütçeyi, kentin kamusal binaları başta olmak üzere yerleşik mahallerini yerlerinden etmeden sağlamlaştırmaya, kentin başta trafik ve altyapı gibi birçok aksaklığını gidermeye, depreme karşı binaları sağlamlaştırmaya kullanmak varken, kısa sürelik bir şov uğruna, milyarlarca doları kentin denizini, ormanını, kültür varlıklarını heba etmeye harcamak, hele ki deprem de eli kulağında beklemekteyse ne kadar mantıklıdır?

TOKİ İstanbul'da 1000 konutluk bir yatırımı 28 milyon TL'ye mal ediyor, dolayısıyla, depreme dayanıksız 200 bin konut 5 milyar dolara mal edilebilir. Bu da Olimpiyatlara yatırılacak paranın dörtte biri demektir. Tek başına bu rakam bile Olimpiyatlara harcanacak milyarlarla İstanbul'un depreme karşı nasıl sağlamlaştırılabileceğinin yeterli kanıtıdır.

#### 4.4.4.2.2. Doğayı, Çevreyi ve Tarihi Alanları Heba Eden

##### Devasa Tesisler: Beyaz Filler

“Atina’daki kentsel mekânın üretimini değerlendirirsek, kamusal araziler ziyan edilmiş, çevre heba edilmiştir (BAYATLI T, 1989). Olimpiyatlar için inşa edilen yüzlerce tesis, Oyunların ertesinde, devasa cüsseleriyle filler misali atıl kalıyorlar, zarar verdikleri/yok ettikleri ormanlık alanlar, mahalleler, doğa ve çevrenin yanı sıra çevre kirliliğine de sebep oluyorlar. Örneğin; İstanbul Kurtköy’deki Formula 1 Pisti bugün ne işe yarıyor bilen var mıdır? Ya da 2011 Dünya Üniversitelerarası Kış Oyunları tesisleri? Şimdi hepsi birer çürüyen tesis halindedir.

-Atina’da 2004 Olimpiyatları için inşa edilen 22 tesisten 21’i şu anda atıl durumda (<http://www.telegraph.co.uk>).

-423 milyon dolara mal olan Pekin’deki Bird’s Nest Stadyumu şu anda nerdeyse hiç kullanılmıyor. Yıllık bakımı 13 milyon doları aşarken, 91,000 kişilik stadyumda bu sayıya uygun etkinlik de bulunamıyor. Küçük ölçekli tesisler ise zaten tamamen atıl kalmış durumda (<http://www.thedailybeast.com>).

- Pekin’deki Ulusal Su Sporları Merkezi ise yeniden düzenlenmiş ancak turist sayısı giderek düşmekte ve sadece giderlerini karşılamak için her sene 2 milyon ziyaretçi gerekmektedir.

İstanbul: 2020 Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları'nı 37 tesiste gerçekleştirmeyi planlıyor.

- Bu 37 tesisten 11'i hâlihazırda mevcut ve 5'i yenilemeye ihtiyaç duyuyor. Aralarında Olimpiyat Köyü ve Paralimpik Köy ile Medya Köyü'nün de bulunduğu diğer 26 tesisin, 20'sinin kalıcı, 6'sının sökülebilir olması planlanıyor.

-Ancak Oyunlar sonrasında bu tesislerin nasıl dönüştürüleceğine dair soru işaretleri bulunuyor. Örneğin Oyunlar sonrasında bir açık hava gösteri tesisi olarak kapasitesinin düşürüleceği açıklanan Boğaziçi stadyumunun maliyeti 463.774 milyon dolar olarak belirtilmiştir (Adaylık kitabı, cilt-2, s. 38). Boğaziçi Stadyumu'nun akıbetinin Londra Olimpiyat Stadyumu'nunkine benzemesi ve kalıcı hale gelmesi olasıdır.

- Üstelik bu tesisler kentin tarihi bölgelerinde (Yedikule, Harem) kamusal mekânlarında (Haydarpaşa), yeşil alanlarında (Belgrat Ormanları ve Esenler) ve sahillerinde (Boğaziçi kıyısı) inşa edilecekler. Bu durumda, tarihi ve kültürel varlıklara zarar verebildikleri gibi, doğa ve çevre kırımına da sebep olabilecekler.

#### **4.4.4.2.3. Bezdiren Altyapı Çalışmaları, Trafik ve Güvenlik Önlemleri**

Ev sahibi kentlerdeki sıkı polisiye tedbirler, özel güvenlik birimleri, denetim mekanizmaları ve baskı, genel olarak, kent sakinlerinin kenti kullanım özgürlüklerini engelleyebildiği gibi, kentteki alt gelir grupları, yoksullar, evsizler,

mülteciler, azınlıklar ve dezavantajlı gruplara yaşamlarını dar ettirecek seviyelere de ulaşabiliyor (<http://www.tandfonline.com>). İnsan başına ve yapıları alanda metrekareye düşen güvenlik kameralarının sayısı bakımından dünyanın önde gelen kentlerinden olan Londra’da, Olimpiyatlar nedeniyle güvenlik önlemleri iyice sıkılaştırılmış, öyle ki yüksek binaların çatılarına füze sistemleri yerleştirilmiş (<http://www.emlaktasondakika.com>) G4S adlı özel şirketin güvenlik görevlisi sayısını karşılayamaması nedeniyle, silahlı kuvvetlerden destek istenmişti. Ayrıca, yasalar vasıtasıyla, bu güçlere gerektiğinde şiddet kullanma hakkı da tanınmıştı (<http://www.tandfonline.com>).

#### **4.4.4.2.4. Planlamanın İflası**

“Normalde şehrin bir master planı vardır. Ancak olimpiyatlar gibi büyük spor organizasyonlarında birden tepeden inme planlar yaratılıyor ve süreci ele geçiriyor. Şehir planlamasını yapmakla sorumlu kişiler devre dışı kalıyor ve başka birileri devreye giriyor. Bazen uluslararası olimpiyat komitesi, bazen dış yatırımcılardır (<http://www.bianet.org/bianet>).

BM Önceki Konut Hakkı Raportörü Miloon Kothari; Caddelerde devasa boydaki reklamlarını görerek öğrendiğimiz İstanbul’un 2020 Olimpiyat Oyunları adaylık dosyası için hazırlanmış olan master plandaki Olimpiyat köylerini 1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planında göremiyoruz; tıpkı 3. Köprüyü göremediğimiz gibi demıştır.

Plan raporuna göre: “1/100.000 ölçekli İstanbul Çevre Düzeni Planı’nın temel felsefesini, doğal ve yapay çevre sistemleri arasındaki çatışmaların giderilmesi ve insan kitleleri ile doğal kaynaklar arasında kendi varlıklarını sürdürülebilir kılacak ilişkilerin geliştirilmesi oluşturmaktadır.” Ekonomi-ekoloji çelişkisi olarak bilinen, insanoğlunun refah düzeyini yükseltmek amacıyla ekonomik faaliyetlerin doğal çevre üzerinde yoğunlaştırması ve sonuçta çevre değerlerinin geri dönüşü çok zor olan veya olmayan biçimde yitirilmesi olarak tanımlanan bu ilişki yapımına başlanan bir diğer proje olan, 3. Köprü projesi ile ciddi bir çelişki içindedir. 3. Köprü’nün ucu 4 farklı yerde konumlandırılması öngörülen Olimpiyat köylerine çıkmaktadır.

California Üniversitesi Berkeley kampüsü Haas İşletme Fakültesi profesörlerinden Andrew Rose bu konuda yaptığı bir araştırmanın çarpıcı raporuna “Ülkeler neden böylesi devasa bir organizasyonu düzenlemeye bu derece istekli olur ki?” sorusuyla başlıyor ve ekliyor: “Çünkü ekonomik getirisinin karşılamayacağı muazzam harcama gerektiren bir iş bu.”

Örneğin, 2008 Pekin Olimpiyatı için Çin’de 500 milyon dolara inşa edilen ünlü ‘Kuş Kafesi’ olimpiyat stadyumu, olimpiyat açılış ve kapanış töreninden beri nerdeyse hiç kullanılmadı. 2004 Atina olimpiyatını Yunanistan’ın bugünkü ekonomik krizinin en önemli sebeplerinden biri olarak gören ekonomist sayısı hiç de az değil. Olimpiyattan sonra hiçbir şeye yaramayan 21 dev olimpiyat tesisi tamamen kaderine terkedilmiş durumda. Ama durumu en trajik şehirler Montreal ve Nagano oldu. 1976 Olimpiyatının evsahibi olan Kanada şehri, 37 yıl önce oluşan 1,6 milyar dolarlık borcunu ödemeyi 2006 yılında yani tam 30 yıl sonra tamamlayabildi.



2013'ten 2020'nin maliyeti bilinemez. Olimpiyat ev sahipliğindeki 'öngörülerin' tutmamasının en önemli nedeni ülkenin olimpiyata evsahipliğini öğrendiği yıl ile olimpiyatın başlaması arasında 7 yıl gibi oldukça uzun bir süre olması. Londra 2005 yılında 2012 Olimpiyatı evsahipliğini kazandığında İngiltere ekonomisi bugünkü krizi yaşamaya başlamamıştı.

Yaygın kanaatin aksine, eğer ülke çok yüksek işsizlik oranına sahipse ve ciddi ekonomik bir darboğazda ise yani Türkçesi zaten dibe vurmuşsa olimpiyat ev sahipliğinin bir ekonomik yükselişe neden olma ihtimali var. Bunun en dikkat çekici örneği 1992 olimpiyatına evsahipliği yapan Barcelona. Sadece olimpiyattan elde edilen 5 milyon dolarlık kar değil ama şehrin yeniden Avrupa'nın en önemli kültür-spor merkezlerinden dönüşmesine de hizmet etti. Bugün ekonomisi darboğazdaki İspanya'nın Madrid ile yeniden aday olması da belki bunu tekrar etme arzusudur.

Ama, Montreal (1972), Atlanta (1996), Seul (1988), Sydney (2000), Atina (2004) ve Pekin (2008) olimpiyatlarının tamamında evsahibi ülkenin ekonomik zararı, ekonomik kazancından çok daha büyük oldu.

Peki ekonomik maliyeti ve zarar riski bu derece yüksekse devletler niçin olimpiyata evsahipliği yapmak için bu derece hırsla çabılıyor? Uluslararası prestij özleminden ulusal gurur okşamaya kadar sosyo-psikolojik gerekçelerle. Olimpiyattan ekonomik bir beklentisi olmayan Çin, Pekin olimpiyatlarına 40 milyar dolardan fazla harcayarak bir rekora imza attı.

Herhalde sporun jeopolitiği açısından dünyanın en büyük iki spor organizasyonuna (yaz olimpiyatı ve dünya kupası) aynı anda evsahipliği yapmak, bir ülkenin küresel duruşu açısından çok önemli nitelendirilebilir. Brezilya da 2014 Dünya Kupası ve 2016 Rio Olimpiyatı'nı, böylesi küresel bir yükün altından kalkabilecek bir güce eriştiginin simgesi olarak kullanmak için hevesle bekliyor. Birçok ekonomist ise böylesi iki organizasyona birden evsahipliği yapmanın ekonomik sonuçlarını görmek için 2017-2018 yıllarını hevesle bekliyor.

Olimpiyat, anavatanı Yunanistan'a yaramadı; Atina Olimpiyatı konusundaki çalışmalarıyla nl Girit niversitesi profesörü Minas Samatas, 2012 Londra Olimpiyat oyunları öncesi yaptığı açıklamada, 2004 Atina Olimpiyatı'nın ülkeyi daha sonra derin bir ekonomik buhrana sürükleyecek bir yük getirdiğini ve olimpiyat güvenliği için çıkarılan sözde anti-terör yasalarıyla sivil özgürlüklerin büyük lde budandığını kaydetmişti. Olimpiyat masraflarının neden olduğu bütçe açığı 2004 yılında ülkenin gayrisafi hasılasının yüzde 6.1'ine ulaştı. Yani Euro-Bölgesi limitlerinin iki katında fazlasına. Yunanistan'ın masraflarına kaynak bulmak için yapılan kamusal borçlanma da 2004 için öngörülen 35 milyar doları aşarak 43 milyar dolara çıktı. Ülkenin milli borçları 2004 yılından itibaren katlanarak arttı ve 2010 yılında 469.8 milyar dolara (Bugün ise GSMH'nın yüzde 165'i) kadar yükseldi.

Sadece olimpiyat güvenliğine 1,5 milyar dolar harcandı. Dört C bir İ diyebileğimiz C4I (Command, Control, Communications & Integration) güvenlik donanımının kurulması bile 300 milyon dolara maloldu. 11 milyon nüfuslu bir ülkenin 300 milyon dolar harcadığı ve tam bir fiyasko olan sistem olimpiyattan yıllar sonra bile etkin kullanılmadı ( <http://t24.com.tr>).

#### **4.4.5. Olimpiyatlara Ev Sahipliği Yapmış Ülkeleri ve Şehirleri Güçlü Yapacak Destekler ve Gelecekte Bekleyen Tehlikelerden Korunma**

Uluslararası Olimpiyat Komitesi neredeyse her olimpiyattan sonra yaptığı reklamlarda bir sonraki olimpiyatın o güne kadarki en görkemli olimpiyat olacağını iddia eder. Ancak, her olimpiyatın ev sahibi ÷lkeye maliyetinin bir öncekinden daha görkemli olduğunu dolayısıyla bir sonraki olimpiyatın en görkemli maliyete sahip olimpiyat olacağını ise gözardı ederler. Olimpiyatlara ev sahipliği yapan ÷lkeler ve Şehirleri de bu nedenlerle tehlikeler beklemektedir.

##### **4.4.5.1. Olimpiyatların ev Sahipliği Yapmış Ülkeye Sağlayabileceği Katkıların Oluşması**

Olimpiyatların bir ÷lkenin sporuna, sporcusuna, toplumuna, olimpiyat Őehrine ve ÷lkeye önemli katkılar sağlayabilmesi için. Büyük Şehirlerin sportif açıdan gerilemeye başlamaları engellenmeli, tesisler yapılırken, bu tesislerin olimpiyat ev sahipliği sonrası boş kalmayacağı planlamalarının doğru bir Şekilde yapılması, devasa boyutlarda ki stadyumların kullanılmadan çürümelerinin engellenmesini sağlayacak bilgi ve beceride ki yetişmiş elemanların gerek sosyolojik, gerek psikolojik, gerekse teknolojik açıdan devreye girmeleri sağlanmalı. Bu durumların oluşmaması oluşmuşsa, ortadan kalkması için gelecekte spor, turizm ve spor turizmi kavramlarının ulusal ve global kontrolüne ihtiyaç olacaktır. Global politika ve ekonomideki değişikliklerin, özel sektörün baskın olduğu, üretici bir yaklaşımla, spor

turistinin isteklerini karşılayabilen bir spor turizm sektörü oluşturması gerekmektedir. Katılımcılar, seyirciler, toplumlar, organizatörler, hükümetler ne kadar çok duyarlı olurlarsa spor turizmi o kadar çok güçlenecektir.

Olimpiyatlar sayesinde, olimpiyat oyunlarının düzenlendiği ülkede, spora olan ilgi artırılır, yeni spor dalları tanıtılır, yeni açılan sportif tesislerin kullanımı özendirilir, yeni antrenörler yetiştirilirse, alanında uzman sporcular artarken, amatör sporcular çoğalır. Böylece, olimpiyatların düzenleneceği ülkenin ekonomisine canlanma getireceği de aşikar olacaktır. Olimpiyat Oyunlarını organize etmenin ülke ekonomisine, tanıtımına, ihracatına, yatırımlarına, turizmine, sporuna, gençliğine ve ülkenin imaj ve prestijine ne gibi katkılar getireceğinin bilincinde olan kentler ve ülkeler bu organizasyonu alabilmek için verdikleri mücadelenin sonucunda yaptıkları dev yatırımların ev sahipliği sonrasında da getireceği yararların bilincinde yatırımlarını yapmalı ve bu yatırımları yaparken gelecekte ülkedeki insanların mutlu olacağı şekilde davranmalıdırlar. Çünkü; spor, sporla ilgili hammaddelerin işlenip, değiştirilerek, kullanıma sunulmasıyla maddi servet üretilmesine yarayan ekonomik bir etkinliktir. Spor artık getirisi çok olan büyük bir endüstri kuruluşu halini almıştır. 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 bulunacaktır. Bu da şehrin ekonomisinde bir hareketlenme meydana getirecektir. Böylece şehir yıllarca gerçekleştiremeyeceği ekonomik büyümeyi, olimpiyat oyunları sayesinde bir anda gerçekleştirebilecektir. Olimpiyat oyunlarının, düzenleneceği ülke ya da şehre katkısı sadece tanıtım alanında değil, ekonomik

alanday, 6zellikle de istihdam alanında olmaktadır. Bu oyunlar sayesinde bir6ok yeni istihdam alanları doğmaktadır.

Spor, d6nyanın bir6ok 6lkesinde hızlı bir gelişim i6erisindedir. Bu gelişme beraberinde spor tesisi, spor malzemelerinin 6retilmesi, spor eğitmeni, sağlık uzmanı vb. gibi bir6ok ihtiyacı da doğurmaktadır. Bu ihtiya6lar bahsi ge6en alanlarda yetişmiş nitelikli elemanların istihdamı ile karşılanabilecektir.

Olimpiyat oyunlarının yapılacağı Şehirdeki bir6ok spor tesisi yenilenererek olimpiyatların yapılacağı seviyeye 6ıkarılacaktır. Bu 6alışmalar o b6lgedeki iş6iden y6neticiye, m6hendisden, malzeme satıcısına kadar bir6ok kişiye iş yapma imkanı sunacaktır.

Olimpiyatlara ev sahipliği yapan 6lke, bu t6r bir tanıtım yaparken imajını g66lendirip prestijini artırmalı. D6nya pazarına hem fiyat hem de kalite bakımından rekabet edebilir 6r6nler sunmalı, gerekli 6rg6tlenmelerini oluşturmalı ve yeniliklere g6re hareket edilmelidir. Turistik 6r6nler geliştirilirken ve tanıtımı yapılırken 6nemli değişimler daima g6z 6n6ne alınmalıdır

Bunun i6in;

- Konunun 6nemine g6re duyarlı olmalı,
- Doğru politikalar uygulanmalı,
- Belirli bir koordinasyon i6inde hareket edilmeli,
- Tanıtma a6ısından 6nem taşıyan cevabı verilememiş sorular kalammalı,
- 6lkenin ve Şehrin kendini yeterince tanınması sağlanmalı,
- işbirliği tam olarak ger6ekleşmeli,

- İstikrar, toplumsal duyarlılık ve pasif kalmama- aktif olma durumları sağlanmalı.

Türkiye’de ülkenin tanıtımı konusunda çok sayıda kamu ve özel kurum ve kuruluş bulunmaktadır. Bu kurum ve kuruluşlar arasındaki uyumsuzluk tanıtım konusundaki diğer bir sorunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu kurum ve kuruluşlar arasında uyumun sağlanması, koordineli çalışmalarının hayata geçirilmesi büyük önem arz etmektedir. Söz konusu kurum ve kuruluşlar:

- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Dışişleri Bakanlığı
- Milli Eğitim Bakanlığı
- Devlet Planlama Teşkilat Müsteşarlığı
- Başbakanlık Tanıtma Fonu Kurulu Sekreterliği
- Vakıflar (Turizm Geliştirme Vakfı, Türk Tanıtma Vakfı vb.)
- Dernekler (Turizm Yatırımcıları Derneği vd.)
- Meslek Birlikleri (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, Türkiye Otelciler Federasyonu, Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği vd.)

Güçlü bir marka yaratma fikri, ürünü diğer rakip ürünlerden farklılaştırmayı, fark edilen riskleri azaltmayı, ürünün pazarlama maliyetini azaltmayı (Assael, 1995) ve ürünün müşteriler arasında algılanan kalitesini arttırmayı amaçlamaktadır (Erdem, 1998). Turizm araştırmacıları imajın güçlü bir marka yaratmada en önemli parçası olduğu konusunda hemfikir olmuşlardır (Prebensen, 2006). Destinasyonlar ürünleri, bölgeleri ve aktiviteleri ile ilgili rekabetçi marka imajları ortaya koymak için çaba sarf ederler (Park ve Petric, 2006). Baloğlu ve Bringberg (1997) imajı, bireyin belirli

bir nesne veya yer ile ilgili bilgi, izlenimler, öngörü, hayaller ve duygusal düşüncelerin ifadesi olarak tanımlanmışlardır. İmaj turistik tüketicilerin karar aşamalarında etkili ve tamamlayıcı bir kısım oluşturur.

Turizm sektöründe destinasyon ürünleri genellikle tekil varlıklardan ziyade konaklama, yeme-içme işletmeleri, eğlence, sanatsal faaliyetler, kültürel olaylar ve doğal çevreyi de içeren bileşik ürün ve servislerden oluşmaktadır (Brooker and Go, 2006). Destinasyon turistik tüketicilere yönelik olarak, kendisini diğer yerlerden, bölgelerden, ülkelerden, hatta kıtalardan daha çekici hale getiren özelliklerini başarı ile sunmalıdır (Prebensen, 2006). Hunt'a göre (1975) Ülkelerin ulusal tanıtım örgütlerinin bütçelerini nasıl oluşturdukları incelendiğinde en dikkat çeken ülkeler İspanya ve Türkiye dir. Bu iki ülkenin tanıtım bütçesinin tamamına yakını devlet tarafından sağlanmaktadır. İtalya, Almanya, Yunanistan, İngiltere, Avusturya, Hollanda ve Fransa'nın tanıtım bütçelerine ise dışarıdan kaynak sağlanabilmektedir. Bu ülkeler dışında Litvanya ve Meksika'nın tanıtım bütçesinin %80'e yakın kısmı devlet tarafından karşılanırken, % 20'lik kısmı ise yerel yönetimler ve sektör tarafından karşılanmaktadır. Portekiz'in tanıtım bütçesinin önemli kısmı kumarhane gelirlerinden karşılanmakta, Macaristan'ın tanıtım bütçesinin ise %10'luk kısmı kumarhane gelirlerinden, KDV'den ve pazarlama faaliyetlerinden (fuar kayıt ücreti, reklam gelirleri vb.) elde edilen gelirlerden oluşmakta, kalan kısmı ise yine devlet tarafından karşılanmaktadır (GRÖSSING S. 1992).

#### 4.4.5.2. Turizm Teşvikleri ve Destekler

Uygulamaya konulan Beş Yıllık Kalkınma Planları incelendiğinde turizm ile ilgili hedef ve ilkelerin şöyle belirlendiği görülüyor : Ülkemize gelen turist sayısını, ortalama kalış sürelerini, harcama miktarlarını arttırmak, kitle turizmine uygun yatırım, tanıtma ve sektör organizasyonunu özendirmek, turizmde öncelikli yöreleri saptamak, altyapı ve fiziki planlama çalışmalarını yapmak, tur güzergâhlarını düzenlemek, tanıtım etkinliklerine ağırlık vermek, kamunun altyapıyı, özel sektörün, üst yapıyı gerçekleştirmesini sağlamak, teşvik ve kredi politikasını yönlendirmek, yabancı sermayeyi özendirmek, doğal ve kültürel varlıkların korunmasını sağlamak, iç turizm hareketini geliştirmek, bu amaçla özellikle çalışanlara tatil olanakları hazırlamak, turizm eğitimi politikasını belirlemek, personel eğitiminde beceri geliştirmeye yönelmek, turizm istatistiklerini kapsamlı ve sağlıklı hale getirmek, turizmi çeşitlendirmek ve bütün yıla yaymak konuları ele alınmış ve bu konularda zaman zaman bazı değişiklikler yapılmış, bununla birlikte turizmin döviz kazandırıcı özelliği, üzerinde en çok durulan hedef olmuştur. Planlı dönemlerde turizm politikalarının amacı şu üç temel çerçevede oluşmuştur:

- Potansiyel turizm kaynaklarını en verimli biçimde kullanmak,
- Turistler ve yerel halk için en iyi toplumsal ortamın yaratılması kendi insanlarımızın refah ve mutluluğu için evrensel değerlere uyum sağlanması,
- Doğal ve Kültürel değerlerin korunması ve geliştirilmesinde denge kurulmasıdır.

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planına değin geçen sürede turist sayısı, turizm gelirleri, kişi başına harcama plan ve programlarında belirlenen hedeflerin gerisinde kalmıştır. Beşinci ve Altıncı Kalkınma Planlarında, kitle turizminin yanı sıra, başka



turizm türleri gündeme gelmiş, turistik yatırımlara sağlanan teşvik olanakları çoğaltılmış, turizm eğitimi daha ciddi bir yaklaşımla ele alınmaya başlanmış, yatak kapasitesindeki plan hedefleri aşılmıştır. Fakat yatak kapasitesi dışında ulaşılmak istenen diğer niteliklere ulaşıldığı söylenemez (Devlet Planlama Teşkilatı, “8. Beş Yıllık Kalkınma Raporu: Turizm Bölümü”, Ankara).

Turizm Teşvikleri : Ülkemizde devletin rolünün, özellikle ekonomik büyüme ve istikrar, istihdamın artırılması, bölgesel gelişmişlik düzeyinin dengelenmesi, yatırım yoluyla sanayileşme politikalarının yönlendirilmesi, ekonominin dış rekabete açılması gibi politikaların üzerine kurulduğu gözlenmektedir. Bu amaçla birçok yasal düzenleme gerçekleştirilmiş, kalkınma planları uygulanmaya başlanmıştır.1982 yılında yürürlüğe giren, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, yürürlük tarihinden bugüne turizm sektörünün ülke gündeminde kalmasına, turizm için olmazsa olmaz olan konaklama, yeme-içme-eğlence gibi alanları kapsayan sektörel gelişime katkı sağlamaktadır. Türkiye’de turizm sektörüne yönelik olarak çeşitli teşvik ve destekler bulunmaktadır. Bu teşvik ve destekleri aşağıdaki şekilde gruplandırmak mümkündür:

1. KOSGEB Kapsamında Sağlanan Destek ve Hizmetler,
2. Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı Kapsamında Uygulanan Teşvik ve Destekler,
3. 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile Sağlanan Teşvikler,
4. 1319 Sayılı Emlak Vergisi Kanunu’nda Yer Alan Muafiyetler,
5. Türkiye İhracat Kredi Bankası (EXIMBANK) Tarafından Sağlanan Kredi İmkanları,
6. Yabancı Sermaye Yatırımlarının Teşviki,

7. Yurtdışı Turizm Fuarlarına Katılım Desteği (www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr Türkiye'de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşvik ve Destekler , Dosya İçeriği Güncelleme Tarihi Temmuz 2012)

Görüldüğü gibi ülkemizde kalkınma planlı dahilinde çeşitli turizm teşvikleri yer almaktadır. Bu ve bunun gibi turizm teşviklerinin sürekli güncellenmesi, geliştirilmesi, birçok turizm çeşidi açısından ele alınması, konumuz gereği olduğu gibi spor turizmi açısından önem arzemesi, hem genel olarak spor turizmini geliştirecek hem de olimpiyatlara ev sahipliği yapıldığı takdirde olimpiyat sonrası yapılmış olan yatırımların ülke insanının, ekonomisini geliştirmesi, kalkınmayı sağlayacaktır.

#### **4.4.5.3. Olimpiyatlara ev Sahipliği Yapan Ülkenin, Kentin Olimpiyat Sonrası Beklenen Tehlikelerden Korunması**

Tehlikelerden korunabilmek için öncelikle hangi tehlikelere maruz kalınacağına vakıf olmak gereklidir. Olimpiyatlara ev sahipliği yapmış olan ülkelerin ve şehirlerin maruz kalabileceği tehlikeler diğer bölümlerde de ele alınmıştı, kısaca toparlayacak olursak;

Olimpiyatlar için inşa edilen yüzlerce tesis, oyunların ertesinde, devasa cüsseleriyle atıl kalabilirler, zarar verdikleri/yok ettikleri ormanlık alanlar, mahalleler, doğa ve çevrenin yanı sıra çevre kirliliğine de şayet atıl kalırlarsa sebep olabilirler. Bunun için yukarıdada belirtildiği gibi bütün bu tesisler yapılırken daha sonra da kullanılacakları gözönünde bulundurularak yapılmalı, halkın

kullanımına açılıp gerekirse ücretsiz kullanılmalı, turistleri bu bölgelere çekme çalışmaları sağlanmalıdır.

Olimpiyatlara ev sahipliği yapacak olan ülkenin, altyapı çalışmalarının vatandaşı bezdirecek şekilden uzak olması gerekmektedir.

Olimpiyatlar ya da olimpiyatlar öncesi, trafik ve güvenlik önlemleri açısından rahatsız edici unsurların oluşmaması adına yoğun çalışmalar yapılması, misafirlerin yanı sıra ülke vatandaşının rahatının sağlanması önemli unsur teşkil etmektedir.

Şehir planlamasını yapmakla sorumlu kişilerin devre dışı bırakılmaması ve başka birilerinin sorumluların gözetiminde olmadan devreye girmemesi gerekir. Şehrin olması gereken master planının bozulmaması sağlanmalıdır, olimpiyatlar bittikten sonra o şehirde yaşayanların, alışkanlıklarını, mutluluklarını bozacak çalışmalardan kaçınmak gerekir. Ancak olimpiyatlar gibi büyük spor organizasyonlarında birden tepeden inme planlar yaratılıyor ve süreç ele geçiriyor, bunun olmaması ev sahiplerinin öncelikli olması, doğayı, çevreyi ve tarihi alanları heba etmeden tesislerin yapılması sağlanmalıdır.

Mahalle yıkımları ile zorla tahliyelerin önüne geçilmelidir. Olimpiyatlara ev sahipliği yapıyor olmak o şehirde yaşayan insanları mutlu etmeli evlerinden yerlerinden etmemeli, spor turizminin bir kolu olan olimpiyatlara gelen misafirler şehri doğal haliyle görüp beğenmeli. Hem bu kadar büyük bir bütçe harcanmamış olur, hem de şehrin kamusal binaları başta olmak üzere yerleşik mahallerini yerlerinden etmeden sağlamlaştırmaya, kentin başta trafik ve altyapı gibi birçok aksaklığını gidermeye, depreme karşı binaları sağlamlaştırma çalışmaları yapılmalı , milyarlarca doları kentin denizini, ormanını, kültür varlıklarını heba etmeye harcamak yerine en az maliyetle, yapılmış olan maliyetlerinde olimpiyattan sonra

ülke ve şehir halkının tamamen hizmetine sunulacak şekilde yapılmış olmasına özen göstererek sonuçlandırmak, olimpiyat sonrası tehlikelerden koruyacaktır.

## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Ülkemizle ilgili spor turizmi açısından, her bölgenin ayrı ayrı master planlarının hazırlanması gerekir. İlgili bakanlıklar ile sektördeki kurum ve kuruluşların oluşturduğu fikir birlikleri ile sonuçlara gidilmesi faydalı olacaktır. Türk Spor ve Türk Turizmine spor turizm stratejileri katkıda bulunacaktır.

Ülkemizde spor turizminin gelişmesini hızlandırmak amaçlı altyapısı sağlam internet ağı oluşturma, spor turizmi endüstri profilini geliştirme, spor turizmi içinde görev alanların rollerinin belirlenmesi, Ulusal spor turizmi organizatörlerine pazarlama ve yönetim eğitiminin verilmesi, bu konularda gereken desteklerin sağlanması faydalı olacaktır.

Ulusal ve uluslararası alanlarda spor turizminin gelişmesine yardımcı olabilecek bir koordinasyon iletişim birimlerin kurulması, bilgi dağılım ağını genişleterek konuyla ilgili bilgi bankalarına web sitesi yoluyla ulaşmanın sağlanması, Ülkemizin çeşitli bölgelerinde bölgelere uygun organizasyonlar ve uygun tesisler hedeflenmeli, sponsorlar, medya ve ulaşım şirketlerine tanıtımları yapıp, sportif organizasyonlar desteklenmeli. Spor turizmi ile ilgili var olan ve potansiyel pazarların analizleri yapılmalı olabilecek maddi manevi kazançlar konusunda bilinçlendirici çalışmalar yapılmalı. Tesislerin kullanımı ve geliştirilmesi için gereken ekonomik yaklaşımların ve koordinasyonun iyileştirilmesi şarttır. Doğru planlama yapabilme, var olan

tesislerin kullanım kapasitelerinin arttırılması ve iyi tanıtımlar yapılarak yeni tesislerin devreye sokulması. Bölgesel bir çok spor branşı için kullanımının sağlanması, bu tesislerin Ülke sporcularına ücretsiz olması, tesislerden milli sporcuların çıkmasının teşvik edilmesi ( Yarışmacı sporcular uluslararası yarışıp başarılı olduklarında ülkeyi en iyi şekilde tanıtıp temsil edeceklerdir.) Bunun dışındaki gerek yerli, gerek yabancı turistler için, tesislerin kullanım ücretleri ülke şartları ve bölgesel olarak içinde bulunulan durum göz önüne alınacak bir şekilde belirlenmeli ve insanların bu masrafları karşılayabilecekleri en düşük ücretler sunulmalıdır.

Yerel yönetimler, spor turizm organizasyonları için sponsorluk anlaşmaları yapmalı ve kendilerinde var olan finans kaynaklarının kullanımını sunmalı, bu konuyla ilgili finans kaynaklarının organizasyonlarının türü ve bölgesel özelliklere göre kullanımının ve bu kaynaklarının işleme nasıl konulacağına kolay teşvik edici yolları belirlenmelidir. Spor turizmi uygulama modülleri geliştirilmeli, spor turizmi iş alanı iyileştirmeleri yapılmalı, bu konuda eğitimlerin nasıl olacağı netleştirilmeli, eğitim kaynaklarının kolay ulaşılabilirliği sağlanmalıdır.

Bölgesel farklılıklar gözönüne alınarak, ekonomik modeller oluşturulmalı, gerekirse bu konuda da eğitimler verilmeli, kitlesel katılımın olduğu organizasyonlar ve bu organizasyonların sürekliliği sağlanmalı. Avrupa, Dünya'da turizm gelirlerinden en büyük payı alan bölgedir ve Türkiye' de bu bölgenin içinde yer almaktadır. Türkiye'nin Dünya turizmi ve Avrupa bölgesindeki turizm pazarından mümkün olabildiğince payını arttırabilmesi için mevcut durumu ve gidişi yukarıdaki

önerilerimde de ele aldığım gibi değerlendirip , potansiyel gelişiminin farkında olunması gerekmektedir.

Konuyu olimpiyat organizasyonları açısından ele aldığımızda;

Spor turizmi içerisinde yer alan en önemli organizasyon Olimpiyat Oyunları olarak kabul edilebilir. Olimpiyat Oyunlarını organize etmenin ülke ekonomisine, tanıtımına, ihracatına, yatırımlarına, turizmine, sporuna, gençliğine ve ülkenin imaj ve prestijine ne gibi katkılar getireceğinin bilincinde olan kentler ve ülkeler bu organizasyonu alabilmek için büyük mücadeleler vermektedirler

Adaylığın önemli amaçlarından biri de; yetersiz spor tesisleri ve alanları nedeniyle okul ve iş dışında kalan serbest zamanlarını sokaklarda ve kahvehanelerde geçirmek zorunda kalan gençlerimize ve halkımıza çağdaş spor olanakları yaratmak ve sporu bir yaşam biçimi haline getirmektir. Günümüzde çağdaş kent planlama normlarında kişi başına düşmesi gereken açık yeşil ve spor alanları 3 metrekare iken, İstanbul'da bu oran 0.15 metrekaredir.

Olimpiyatlar bir ülkenin sporuna, sporcusuna, toplumuna önemli katkılar sağlar. Günümüzde olimpiyat organizasyonları, adeta bir görsel şölen halini almıştır. Olimpiyatlar sayesinde, olimpiyat oyunlarının düzenlendiği ülkede, spora olan ilgi artar, yeni spor dalları tanınır, yeni sportif tesisler açılır, yeni antrenörler yetişir, alanında uzman sporcular artarken, amatör sporcular çoğalır. Bununla beraber, olimpiyatların düzenleneceği ülkenin ekonomisine canlanma getireceği de inkar edilemeyecek bir gerçektir. Spor turizmi içerisinde yer alan en önemli organizasyon Olimpiyat Oyunları olarak kabul edilebilir. Olimpiyat Oyunlarını organize etmenin

ülke ekonomisine, tanıtımına, ihracatına, yatırımlarına, turizmine, sporuna, gençliğine ve ülkenin imaj ve prestijine ne gibi katkılar getireceğinin bilincinde olan kentler ve ülkeler bu organizasyonu alabilmek için büyük mücadeleler vermektedirler (Gündoğan, N.(2001). Olimpiyatlara aday olma, oyunlardan çok önce başlamaktadır; Olimpiyat Oyunları, düzenleyebilen ülkeler için oldukça karlıdır, 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunları sonunda, kente 250 milyon dolar tutarında bir gelir kalmıştır. 1988 Seul Olimpiyat Oyunları'nı organize eden Güney Kore'nin 1988 yılındaki endüstri malları ihracatı bir önceki yıla oranla % 28.3 artış göstererek 60,67 milyar dolara ulaşmıştır. Ayrıca Güney Kore'yi 1988 yılında ziyaret eden turist sayısında da % 23'lük bir artış meydana gelmiştir. Seul Oyunları 1982-1988 yılları arasında 302.000 kişilik ek istihdam yaratarak işsizlik oranının da düşmesini sağlamıştır.

Spor, sporla ilgili hammaddelerin işlenip, değiştirilerek, kullanıma sunulmasıyla maddi servet üretilmesine yarayan ekonomik bir etkinliktir (ERDEMLİ A., 2002 ). Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi spor artık getirisi çok olan büyük bir endüstri kuruluşu halini almıştır. Düzenleyen ülkenin tesislerinin modernizasyonu yanında büyük maddi girdiler sağlayan oyunları alabilmek için ülkeler kıyasıya bir çekişme içerisine girmişlerdir. Dünya ticaretinin önde gelen firmaları dahi tüm dikkatlerini bu organizasyon üzerinde toplamışlardır (SEÇİLMİŞ K., 2004). Olimpiyat oyunlarının yapıldığı ülkeye veya şehre önemli ekonomik hareketlenme getirdiği bir gerçektir. Bu duruma, seksenli yıllardan itibaren olimpiyat oyunlarına ev sahipliği yapmak isteyen aday kentlerin sayısının artması da bir kanıt olabilir. Çünkü, artık olimpiyat oyunlarının gücü bütün milletlerce ve her yönüyle fark edilmiş ve daha iyi kavranmıştır ( Türkiye Amatör Spor Kulüpleri Konfederasyonu Yayın No:



11, s. 12, 1989). Olimpiyatlar düzenlendiği ülkede, ekonomiyi canlandırırken ülkenin itibarını da güçlendirir. İzleyicileri milli prestij taşıyan motiflerle eğlendirirken, ticaret ilişkisi içinde, satışlarında artmasını sağlayacaktır (EKENCİ G., İMAMOĞLU A. F., 1998). Günümüzde sporun her dalına olan toplumsal isteğin, uluslararası spor müsabakalarının öneminin, yazılı ve görsel yayın organlarının spor faaliyetlerine olan ilgisinin iyice artması, tüm ülkelerin ekonomisine dikkate değer bir canlanma ve hareketlilik getirmektedir. 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 bulunacaktır. Bu da şehrin ekonomisinde bir hareketlenme meydana getirecektir. Böylece kent yıllarca gerçekleştiremeyeceği ekonomik büyümeyi, olimpiyat oyunları sayesinde bir anda gerçekleştirebilecektir.

Olimpiyat oyunlarının, düzenleneceği ülke ya da şehre katkısı sadece tanıtım alanında değil, ekonomik alanda, özellikle de istihdam alanında olmaktadır. Bu oyunlar sayesinde birçok yeni istihdam alanları doğmaktadır. Spor, dünyanın birçok ülkesinde hızlı bir gelişim içerisindedir. Bu gelişme beraberinde spor tesisi, spor malzemelerinin üretilmesi, spor eğitmeni, sağlık uzmanı vb. gibi birçok ihtiyacı da doğurmaktadır. Bu ihtiyaçlar bahsi geçen alanlarda yetişmiş nitelikli elemanların istihdamı ile karşılanabilecektir. Olimpiyat oyunlarının yapılacağı şehirdeki birçok spor tesisi yenilenerek olimpiyatların yapılacağı seviyeye çıkarılacaktır. Bu çalışmalar o bölgedeki işçiden yöneticiye, mühendisden, malzeme satıcısına kadar birçok kişiye iş yapma imkanı sunacaktır.

İstanbul: 2020 Olimpiyat ve Paralimpik Oyunları'nı 37 tesiste gerçekleştirmeyi planlıyordu. Bu 37 tesisten 11'i hâlihazırda mevcut ve 5'i yenilemeye ihtiyaç duyuyor. Aralarında Olimpiyat Köyü ve Paralimpik Köy ile Medya Köyü'nün de bulunduğu diğer 26 tesisin, 20'sinin kalıcı, 6'sının sökülebilir olması planlanıyor.

İstanbul Olimpiyat Oyunlarını organize ettiği takdirde, Oyunlar alındıktan organize edinceye kadar olan 7 yıllık hazırlık süresi içerisinde İstanbul Olimpiyat Projesi çerçevesinde 1 milyar 772 milyon dolarlık doğrudan yatırım yapılacak ve Oyunların uluslararası televizyon yayın hakları, bilet satışı, sponsorluk programından elde edilecek gelirlerle bütçe denkleşecek. Bu dönemde yıllık 180.000 kişilik istihdam yaratılacaktı, doğrudan ve dolaylı yatırımlarla gayri safi milli hâsılatımıza yaklaşık 8 milyar dolar ek bir katkı sağlanacak ve ülkemizi 2,5 milyon ek turist ziyaret edecekti. İstanbul Olimpiyat Oyunları Hazırlık ve Düzenleme Kurulu (İOOHDK), 1992 yılında çıkarılan Olimpiyat Kanunu gelirleriyle bugüne kadar yapılan giderlerinin % 86'sını oluşturan 139 milyon doları İstanbul'da spor tesisi yatırımlarına harcamıştır.

2004 Atina Olimpiyatları ve Yunanistan ekonomik krizi olimpiyatların ekonomiye kötü etkisinin kanıtıdır. Ekonomistler Yunanistan'ın ekonomik krizinin bir nedeninin de 2004 Atina Olimpiyatları'nda halkın cebinden çıkan paralarla yapılan harcamaların karşılığını bulamaması olduğunu öne sürüyor. (<http://www.pages.drexel.edu>) Atina olimpiyatları için büyük masraflarla yapılan stad ve işletmelerin hiçbiri oyunlar sonrasında kullanıma kazandırılmadı. Örneğin 3 stadı birbirine bağlayan 2km.lik sahil yolu ve 620 hektarlık olimpik köy yenilenip

karlı bir şekilde satılmadığı için kelimenin tam anlamıyla çöplüğe dönüşmüş haldedir (<http://www.thedailybeast.com>).

Tabi bunun zıttı örneklerde vardır, örneğin; 1992 Barselona Olimpiyatları'nın en büyük ekonomik katkı sağlayan olimpiyat olmasının nedeni, oyunlar sonrasında şehrin oyunların tanıtım ivmesiyle turist çekmeye devam etmesidir. 1992 oyunları öncesinde Barselona turistik bir şehir değildi, olimpiyatları izlemeye gelen basın mensuplarının pek azı daha önce Barselona'yı ziyaret etmişti. Barselona'da bulunan cazibe merkezlerine dair bilgi ise neredeyse yoktu. Şehrin mimari dokusu, kültürü, kozmopolitliği ve yerel halk ile iç içe olması ile Barselona keşfedilmemiş bir turizm mücevheriydi, oyunlar şehrin bu özelliklerinin tanıtılmasını sağladı. Oyunlardan Avrupa havayolu taşımacılığının regülasyonu ile başlayan ucuz uçuş furyası ile uluslararası haftasonu kaçamaklarının popüler adresi Barselona oldu, %80'den %50'ye düşen doluluk oranı ucuz uçuşlarla birlikte tekrar %80'e çıktı (<http://www.huffingtonpost.com>). Orta Doğu'nun mücevheri İstanbul, ne Batılı ne Doğulu oluşu, farklı mimarisi, iki kıtayı birbirine bağlayan Boğaz'ı ve kozmopolit yapısı ile uzun süredir turistlerin ilgisini çekiyor, olimpiyatlara ev sahipliğinden sonra da, havayolu ulaşımı vb. ucuzladığı takdirde, popüler turizm adreslerinden biri olmamız kaçınılmaz olacaktır.

Olimpiyatların istihdam yaratma gibi kısa vadeli, altyapı modernizasyonu gibi uzun vadeli getirileri olduğu muhakkaktır. Ancak, olimpiyatların, evsahibi ülkeye karı ve zararı konusundaki karşılaştırmalı araştırmaların tamamı gösteriyor ki, olimpiyatın gerçek bir talihe dönüşmesi de mümkündür.

Eğer ülke çok yüksek işsizlik oranına sahipse ve ciddi ekonomik bir darboğazda ise olimpiyat ev sahipliğinin bir ekonomik yükselişe neden olma ihtimali vardır. Bunun en dikkat çekici örneği 1992 olimpiyatına evsahipliği yapan Barcelona. Sadece olimpiyattan elde edilen 5 milyon dolarlık kar değil ama şehrin yeniden Avrupa'nın en önemli kültür-spor merkezlerinden dönüşmesine de hizmet etti. Bugün ekonomisi darboğazdaki İspanya'nın Madrid ile yeniden aday olması da belki bunu tekrar etme arzusudur.

Olimpiyat Oyunlarını organize etmenin ülke ekonomisine, tanıtımına, ihracatına, yatırımlarına, turizmine, sporuna, gençliğine ve ülkenin imaj ve prestijine ne gibi katkılar getireceğinin bilincinde olan kentler ve ülkeler bu organizasyonu alabilmek için verdikleri mücadelenin sonucunda yaptıkları dev yatırımların ev sahipliği sonrasında da getireceği yararların bilincinde yatırımlarını yapmalı ve bu yatırımları yaparken gelecekte ülkedeki insanların mutlu olacağı şekilde davranmalıdırlar. Çünkü; spor, sporla ilgili hammaddelerin işlenip, değiştirilerek, kullanıma sunulmasıyla maddi servet üretilmesine yarayan ekonomik bir etkinliktir. Spor artık getirisi çok olan büyük bir endüstri kuruluşu halini almıştır. 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 bulunacaktır. Bu da şehrin ekonomisinde bir hareketlenme meydana getirecektir. Böylece şehir yıllarca gerçekleştiremeyeceği ekonomik büyümeyi, olimpiyat oyunları sayesinde bir anda gerçekleştirebilecektir. Olimpiyat oyunlarının, düzenleneceği ülke ya da şehre katkısı sadece tanıtım alanında değil, ekonomik alanda, özellikle de istihdam alanında olmaktadır. Bu oyunlar sayesinde birçok yeni istihdam alanları doğmaktadır.

Tezimde savunduğum gibi; olimpiyatlara ev sahipliği yaptıktan sonra olimpiyatların etkilerinin faydalı olması için alınacak önlemlerin yanısıra, olimpiyatlarla ilgili IOC (Uluslararası Olimpiyat Komitesin) ‘dan alınabilecek hibeler ve özel sektör sponsorlukları da göz ardı edilmemelidir. Türkiye’de ki spor turizminde, olimpiyatlara ev sahipliği yapmamız durumunda, olimpiyat oyunlarının etkisini ülkemize ve ev sahibi şehre faydalı olacağı şekilde dönüştürmek mümkündür.

## 6. KAYNAKÇA

1. Olimpiyat, Adaylık kitabı, cilt-2, s. 38
2. Anadolu Haber Ajansı, 14.01.2004, İstanbul.
3. Assael, H. (1995). Consumer Behaviour and Marketing Action. Cincinnati: South Western College Publishing'den aktaran Prebensen, N.K. Exploring Tourists' Images of a Distant Destination, Tourism Management, 1-10. (2006)
4. BALCI V. Spor Etkinliklerinin Planlanması ve Yönetimi, s.7, Bağırhan Yayınevi, Ankara 1999.
5. Baloglu, S. ve Brindberg, D. (1997). Affective Images of Tourism Destination. Journal of Travel Research, Sayı 35 (4), 11-15.
6. Barutçugil, G., (1989), Turizm işletmeciliği. Beta Yayınları, İstanbul.
7. Bastem S. (1997). Termal Turizm ve Erzurum'un Termal Turizm Potansiyeli, Y.L.T., s.8, Erzurum.
8. BAYATLI T. Türkiye ve Olimpiyat Paneli ile Sporda Devletin Yeri Panelinde Yapılan Konuşmalar, Türkiye Amatör Spor Kulüpleri Konfederasyonu, Yayın No:11, s.48, Ankara, Mayıs 1989.
9. Brooker, E. ve Go, F. (2006). The Relationship Between Branding and Innovation: The SMTE Perspective. In Keller, P. ve Bieger, T. (Edt), Marketing Efficiency in Tourism, Erich Schmidt Verlag, Berlin, pp. 53-63.
10. CEYLAN İ. Türkiye ve Olimpiyat Paneli ile Sporda Devletin Yeri Panelinde Yapılan Konuşmalar, Sporunun Spora Özendirilmesinde Olimpiyatların Yararları,

Varsa Zararları, Türkiye Amatör Spor Kulüpleri Konfederasyonu, Yayın No:11, s.23, Mayıs 1989, Ankara.

11. COŞKUN M. İ. Türkiye ve Olimpiyat Sempozyumu 17-18 Kasım 1994, s.20, İTÜ Beden Eğitimi Yayınları Cenkler Matbaacılık 1995.

12. De Knop, P. (1995). “A Figurational Perspective of The Development of Sport Tourism” Paper presentation at the North American Society for the Sociology of Sport Conference, November 1-4. Sacramento, CA,

13. Denizler, D. (1992) “Turizm Pazarlaması”, Yıldız Matbaacılık, Ankara.

14. Devlet Planlama Teşkilatı, “8. Beş Yıllık Kalkınma Raporu: Turizm Bölümü”, Ankara.

15. DOĞAN O. Spor Psikolojisi, Cumhuriyet Üniversitesi Yayınları No:97, s.148, 149, Sivas 2004.

16. DONUK B.: Spor Yöneticiliği ve İstihdam Alanları, s.56, Ötüken Yayınları, İstanbul 2005.

17. EKENCİ G., İMAMOĞLU A. F.: Spor İşletmeciliği, s.191, Alp Ofset, Ankara 1998.

18. ERDEM S.: 7. Uluslar arası Spor Bilimleri Kongresi Ekim 2002, s.148, Antalya 2002.

19.ERDEMLİ A., Temel Sorunlarıyla Spor Felsefesi, s.33, e yayınları, İstanbul 2002.

20 . Erkal, M. (1992), “ Sosyolojik Açıdan Spor”,Kutsun Matbaa ve Reklâmçılık Merkezi, İstanbul.

21. Evliyaoğlu S., (1987),Genel turizm bilgisi. Gazi Üniversitesi Basımevi, Ankara, 1989. Gürdal M. Ulaştırma ekonomisi turizm ulaştırmasına genel bir yaklaşım. Coşkun Matbaası, Aydın.

22. Fişek, K. (1980).Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi. Ankara: A.Ü. Yayını.
23. FİŞEK K. Dünyada ve Türkiye’de Spor Yönetimi, s.478, YGS Yayınları, İstanbul 2003.
24. Gaffney, C., Michener, G; “Explaining Brazil’s Vinegar Revolt”, [http://www.geostadia.com/2013\\_06\\_01\\_archive.html](http://www.geostadia.com/2013_06_01_archive.html), Erişim: 30.05.2014
25. Gammon, S. ve Robinson, T.,(2000) “ Sport and Tourism: A Conceptual Framework” Journal of Sport Tourism - Vol 4. No.3.
26. Gibson, H. (1998). “Active sport tourism: who participates?” Leisure Studies, 17, 155-170.
27. Glyptis, S. (1982). “Sport and Tourism in Western Europe”, British Travel Education Trust, London.
28. Gündoğdu N., (2004),Olimpizm ve Olimpiyat Organizasyonları, Ders Notları, Nakleden: Miçooğulları O.B. Türkiye Turizm Stratejisinin Belirlenmesi ve Geliştirilmesi,İstanbul.
29. Gündoğan, N.(2001) “Olimpizm ve Olimpiyat Organizasyonları”, Ders Notları, İstanbul
30. GRÖSSİNG S.: 1. Eğitim Kurumlarında Beden Eğitimi ve Spor Sempozyumu ( 19–21 Aralık 1991 - İzmir ) ,Beden - Spor - Hareket, s.49, Milli Eğitim Basımevi, Ankara 1992.
31. Hacıoğlu N, Dinç Y, Gökdeniz A.,(2003),Boş zaman & rekreasyon yönetimi. Detay Yayınevi, 1.baskı, Ankara, sayfa 3–123.
32. Hazar, A., (2007).Spor ve Turizm, Detay Yayıncılık, s.80-81, Ankara.
33. Hollaway, C.J.& Plant R.V., (1992) “Marketing for Tourism”, Second edition, Pitman Publishing, London.



34. İçöz,O. (2001), “Turizm İşletmelerinde Pazarlama: İlkeler ve Uygulamalar”, Turhan Kitabevi, Ankara.
35. İçöz,O., Kozak, M.,(2002) “Turizm Ekonomisi”, Turhan Kitabevi,Ankara.
36. İncekara A., (1996),Sağlık Turizminde Jeo-Termal Kaynaklar, İTO yayınları, No:46, s.25, İstanbul.
37. Journal Of Sport Tourism,Vol. 3, No. 3. March 15, 1996.
38. KALE R., ERŞEN E., Beden Eğitimi ve Spor Bilimlerine Giriş, s.29, Nobel Yayın, Ankara 2003.
39. Karaküçük S., (1999),Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme, Gazi Kitapevi, s.194-196, Ankara.
40. Karaküçük, S. (2008).Rekreasyon: Boş Zamanları Değerlendirme. Altıncı Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.
41. Kayhan A., (1993),Erzurum-Palandöken Kış Sporları ve Turizm Çalışmaları Raporu, s.2, Erzurum.
42. KURAL K., Olimpiyat Dünyası Sayı 31, s.13, 4 Nokta Matbaacılık.
43. Koludar, S.,(1988) “ Futbolda Antrenörlük ve Eğitim Öğretim İlkeleri”, Türk Tarih Kurumu Basımevi,Ankara.
44. Kozan A., (1994),Turizm Faktörünün Bölgelerarası Dengesizliği Gidermede Etkisi ve Erzurum Palandöken-Kış Sporları Turizm Merkezi Projesi, Adli Doktora Tezi, s.110-141, İstanbul.
45. Kozak N, Kozak AM, Kozak M., (2001),Genel Turizm İlkeler – Kavramlar, Detay Yayıncılık, s.21-24-77, Ankara.
46. Kurtzman, J.; Zauhar, J. (2001) “Virtual Sport Tourism”, In Hudson, S. (ed.), Sport and adventure tourism, , Haworth Press, p.293-309 Binghamton, N.Y.

47. Miçooğulları, O.B. (2004).Türkiye Turizm Stratejisinin Belirlenmesi ve Geliştirilmesi, Y.L.T.Tez. Dan: Zorba E., s.11, Muğla.
48. Morpa Spor Ansiklopedisi, Morpa Kültür Yayınları, s.127, Doğan Ofset, İstanbul 2005.
49. Nykiel, A.R. (1997) “Marketing in the Hospitality Industry”, Third edition, AHMA Educational Institute, Michigan.
- 50.Olalı, H. (1990); Turizm Politikası ve Hedefleri, Ankara.
51. Olimpik Antlaşma, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi Yayını, s.25, Ana Basım, İstanbul 1997
52. Öner, Çiğdem (1997), Seyahat Ticareti, İstanbul: Literatür Yayınları.
53. Orel, F., Yavuz, C. (2003).Rekreasyonel Turizmde Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma. Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:11, Sayı:11. Adana
54. Özgüç N. (1984),Turizm coğrafyası. İ. Ü.Yayını, İstanbul.
55. Park, S. Y., ve Petric, J. F. (2006). Destinations’ Perspectives of Branding. Annals of Tourism Research, Sayı 33 (1), 262-265’ten aktaran Prebensen, N.K. (2006).
56. Parks, J., Zanger, B. & Quarterman, J. (1998), “Contemporary Sport Management” Human Kinetics, Champaign, IL.
57. Prebensen, N. K. (2006). Exploring Tourists’ Images of a Distant Destination, Tourism Management, 1-10.
58. Richards G. (1994).Cultural Tourism in Europa,Progress in Tourism Recreation and Hospitality Management, J.Wiley&Sons,Volume 5, s.99, West Sussex.
59. Sağcan,M. (1986), “ Rekreasyon ve Turizm”, İzmir.

60. SEÇİLMİŞ K., Antik Zamandan Günümüze Olimpiyat Oyunları, s. 10, İpress Basım Yayın, İstanbul 2004.
61. Standeven, J & De Knop, P. (1999). “Sport tourism”, Human Kinetics, Champaign, IL.
62. Stedman G. (2001) “The Ultimate Guide to Sports Marketing” Second edition, McGraw-Hill Publishing, Blacklick.
63. Stephen D. R.,(2001) “Developing Sports Tourism”, National Laboratory for Tourism and eCommerce, July,Austria.
64. Swart, K.(2000) “ An Assessment Of Sport Tourism Curriculum Offerings At Academic Institutions”, Journal of Sport Tourism - Vol. 6, No.1.
- 65.ŞAHİN M., KOÇ S., YILGIN A., Beden Eğitimi ve Sporda Sponsorluk, s. 171, Gaziantep Spor Kulübü Yayınları No:2, Nobel Yayın, Ankara 2003.
- 66.Tavmergen P.İ. ve Meriç Ö.P. (2002) “Turizmde Tanıtma ve Halkla İlişkiler”, Turhan Kitabevi, Ankara.
67. Tek, B.Ö. (1999) “Pazarlama İlkeler”, Sekizinci baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
68. Tezel, M.D. (1990),Tatil köylerinde rekreasyon ve animasyon aktiviteleri. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir,.
69. TMOK Tarihi, Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi Yayını, s.52, Ana Basım, İstanbul 1997.
70. Turizm Bakanlığı, (1993),Turizm Bakanlığı 30 Yaşında (1963–1993). T.B. Yayını, Ankara.

71. Türkiye ve Olimpiyat Paneli ile Sporda Devletin Yeri Panelinde Yapılan Konuşmalar, Türkiye Amatör Spor Kulüpleri Konfederasyonu Yayın No: 11, s. 12, Ankara 1989.
72. Uğurlu A., (2005),Rekreasyonel Amaçlı Doğa Sporlarının Turizm’de Kullanılması Antalya Köprülü Kanyon Rafting Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Danışman, Küçüktopuzlu F. s.42, Antalya.
73. Vrontou, P.O. (1998) Sports-related Tourism and the Product Repositioning of Traditional Mass Tourism Destinations: An Empirical Study of Greece, unpublished Doctoral Thesis, Loughborough University.
74. Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı 06.02.2014
75. YETİM A. A.: Sosyoloji ve Spor, s.140,144, Morpa Kültür Yayınları,İstanbul 2005.
76. Weed, M. (2008).Sports Tourism Experiences. Journal of Sport and Tourism. Vol.13, No.1,
77. Zengin B., (2006),Turizm Coğrafyası, Baskı, Değişim Yayınları, s.319, Ankara.
78. Zeithaml, Av. ve Bitner, J.M. (1996) “ Services Marketing”, Second Edition, Irwin Mc Graw - Hill Publishing, Boston.
79. Zorba E. , ve Ark. (2002), “Comparison And Analysis Of Sportive Recreation / Animation Programmes Between Holiday Villages And 4 - 5 Stars Hotels” Innovation of Higher Education Conference Kiev/ Ukraine, 15-19 Mayıs, 2002.
80. 4. İktisat Kongresi, İzmir, 02.05.2004
81. <http://ceasefiremagazine.co.uk/olympics-opportunity-cleanse-city/>,Erişim 12.05.2014

- 82.<http://muhalefet.org/yazi-avrupa-ve-yunan-krizi-uzerine-c-j-polychroniou-27-143.aspx>, Çeviren: Aygül Balaban
- 83.<http://gsb.gov.tr/HaberDetaylari/3/3285/olimpiyat-mesalesinin-istanbul-gelmesini-istiyoruz.aspx> Erişim 12.01.2014
- 84.<http://isinturkcesi.blogspot.com.tr/2013/09/degdi-mi-olimpiyatlarn-yunanistana.html>
- 85.<http://rioonwatch.org/?p=9105>, Erişim: 30.05.2014
- 86.<http://t24.com.tr/yazarlar/cemal-tuncdemir/olimpiyat-evsahipligini-kazanmak-gerçekten-kazandiriyor-mu,6423>
- 87.[http://www.huffingtonpost.com/2010/06/03/greek-financial-crisis-olympics\\_n\\_598829.html](http://www.huffingtonpost.com/2010/06/03/greek-financial-crisis-olympics_n_598829.html)
- 88.<http://www.bianet.org/bianet/toplum/145506-olimpiyat-istanbul-icin-felaket-olur>  
Erişim 12.05.2014
- 89.<http://www.ekonomist.com.tr/2020-olimpiyat-oyunlari-adayi-uc-sehirden-biri-olan-istanbul-icin-hem-hukümet-hem-de-sirketler-nezinde-hummali-bir-calisma-yurutuluyor-haberler/4771.aspx> Erişim 12.05.2014)
- 90.[http://www.emlaktasondakika.com/haber/Yurtdisi/Londra\\_Olimpiyatlari\\_icin\\_catilara\\_fuze/22351.aspx](http://www.emlaktasondakika.com/haber/Yurtdisi/Londra_Olimpiyatlari_icin_catilara_fuze/22351.aspx) Erişim 05.05.2014)
- 91.<http://www.hakkında-bilgi-nedir.com/turizm-cesitleri-nedir+turizm-cesitleri-hakkında-bilgi> Erişim 15.01.2014
- 92.<http://www.istanbul2020.com.tr> Erişim 10.04.2014
- 93.[http://www.olympic.org/Documents/Host\\_city\\_elections/2020\\_Evaluation\\_Commission\\_report.pdf](http://www.olympic.org/Documents/Host_city_elections/2020_Evaluation_Commission_report.pdf) Erişim 12.05.2014
- 94.<http://www.pages.drexel.edu/~rosenl/sports%20Folder/Economic%20Impact%20of%20Olympics%20PWC.pdf>

95. <http://www.tandfonline.com/toc/ccit20/17/1> Erişim 06.05.2014
96. <http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/greece/2062541/Athens-deserted-Games-sites-a-warning-to-London-Olympics.html>
97. <http://www.thedailybeast.com/articles/2012/08/14/architectural-white-elephants-beijing-london-and-the-post-olympics-curse.html>, Erişim 10.05.2014)
98. <http://www.thedailybeast.com/articles/2012/07/30/do-the-olympics-boost-the-economy-studies-show-the-impact-is-likely-negative.html>
99. [www.dha.com.tr](http://www.dha.com.tr).Erişim25.05.2014
100. [www.mu.edu.tr/departments/besyo](http://www.mu.edu.tr/departments/besyo),2002
101. [www.turizmdebusabah.com](http://www.turizmdebusabah.com)
102. [www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr) Erişim, 25.05.2014
103. [www.turizmgazetesi.com](http://www.turizmgazetesi.com).Erişim.25.05.2014

## ÖZGEÇMİŞ

İstanbul, Üsküdar'da 17.06.1986 yılında doğmuş olan Alp Toramanlı, 11 yıl Tekel Cimnastik Kulübünde Profesyonel Sporculuk (artistik cimnastik) yapmıştır. İlkokul ve Ortaokulu İstanbul Kartal Maltepe Feyzullah İlkokulu'nda okumuş. Lise eğitimini 21. Yüzyıl Koleji'nde, Lisans eğitimini Marmara Üniversitesi Spor Akademisi B.E.S.Y.O. Antrenörlük Bölümünde (Artistik Cimnastik ) tamamlamıştır. Yüksek Lisansı, Maltepe Üniversitesi MBA İşletme Ana Bilim Dalı Tezli

Alp Toramanlı'nın iş deneyimleri;

Flex Healt Clup'te 2005-2007 (genel jimnastik, yaz okulu),

İstanbul Cimnastik Kulübü'nde 2005-2006 (Cimnastik),

Kanlıca Cimnastik Kulübü'nde 2006-2007 ( Cimnastik),

Soyak GYM 2007-2008 ( fitness trainer)

Efor Spor Akademilerine Hazırlık Kursu İstanbul (Kendi Açtığı Kursta 2006-2007, 2007-2008,2008-2009) dönemlerinde, öğrencileri spor akademisi sınavlarına hazırlamış.

Burhan Felek Yüzme İhtisas Kulübü'nde 2007-2008 Kondisyonerlik yapmış, Cimcim Cimnastik Kulübü, 2009-2010 (Cimnastik antrenörlüğü ve koordinatörlük) ,

AQUA Cimnastik , 2009-2010 ( Cimnastik antrenörlüğü )

Doğuş Koleji Yaz Okulunda 2009-2010 ( Cimnastik antrenörlüğü)

Reşat Nuri Gültekin İlköğretim Okulu, 2009-2013 (Cimnastik antrenörlüğü)

Hazerfan elibi İlköğretim Okulu 2009-2013 (Cimnastik antrenörlüğü)

Cimnastik Severler Derneği, 2009-2012 ( Cimnastik antrenörlüğü )

Genç Yetenekler Cimnastik Kulübü, 2010-2012 (cimnastik antrenörlüğü ) yapmış.

2012 yılında kurduğu (spor kulübü), Avrupa Cimnastik Kulübü'nde yönetim kurulu başkanlığı ve Cimnastik antrenörlüğü yapmakta, Milli takım artistik cimnastik antrenörlüğü yapmakta, Olimpik düzeyde artistik cimnastik branşında sporcular yetiştirmeye devam etmektedir. Ayrıca paten kayma dersleri vermektedir.

Akrobatik Cimnastik'te Türkiye İkincisi, Trambolin Cimnastikte Türkiye İkincisi ve Türkiye Üçüncüsü olmuştur.

Spor yapmak, gitar almak, bilgisayar, kitap okumak ve mesleki yenilikleri takip etmek ilgi alanları içindedir.