

**TURİSTİK HAFİF HAVA ARAÇLARI  
DENEYİMLERİNİN MEMNUNİYET  
ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: PAMUKKALE  
ÖRNEĞİ**

**Pamukkale Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Yüksek Lisans Tezi  
Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı  
Yüksek Lisans Programı**

---

**Sena AKÇAKAYA**

**Danışman: Prof. Dr. Serkan BERTAN**

**Temmuz 2021  
DENİZLİ**

## ÖNSÖZ

Yüksek lisans sürecim boyunca desteklerini ve bilgi birikimi hiçbir zaman aktarmaktan çekinmeyen, yolundan gitmekten ve öğrencisi olmaktan gurur duyduğum, ideallerim doğrultusunda yürümeme yardımcı olan, her daim örnek aldığım değerli danışman hocam Prof. Dr. Serkan BERTAN'a teşekkür ederim.

Tez süresinde ve hayatım boyunca yanımda olan, maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen dedem Nevzat ÇINAR'a, kuzenim Nursema AKÇAKAYA'ya, annem Feyhan ÇINAR'a, babam Emin Can AKÇAKAYA'ya ve bana güvenip destek olan tüm aile üyelerime ve dostlarıma teşekkür ederim.

Araştırmam için veri toplamamda yardımcı olan işletmelere, turist rehberlerine ve değerli katılımcılara teşekkür eder, sevgi ve saygılarımı sunarım.

Sena AKÇAKAYA

## ÖZET

### TURİSTİK HAFİF HAVA ARAÇLARI DENEYİMLERİNİN MEMNUNİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: PAMUKKALE ÖRNEĞİ

Sena AKÇAKAYA  
Yüksek Lisans Programı  
Turizm İşletmeciliği Ana bilim Dalı  
Tez Danışmanı: Prof. Dr. Serkan BERTAN  
Temmuz 2021, İX+105 sayfa

Spor ve turizm birlikteliği ekonomiye can veren, turizmin ve sporun daha iyi konumda yer almasına olanak sağlayan bir birlikteliktir. Aynı zamanda turizmin çeşitlendirilmesi baz alındığında spor turizmi; içerdiği etkinlikler, kapsadığı alanlar açısından da turizm çeşitliliği açısından önemli bir konumdadır. Turizm faaliyetine katılan kişilerin de günümüzde tercih ettiği tatil tipleri, istek ve beklentileri genel anlamda değerlendirildiğinde deniz, kum, güneş üçlemesinin yanında alternatif turizm faaliyetlerine yönelim olması ve kişilerin tatil anlayışının sadece bu üçlemeyle sınırlı kalmıyor oluşu spor turizmine verilen değeri artırmıştır. Dünyada ve ülkemizde düzenlenen mega etkinliklere (maç, derbi vb.) gösterilen ilgi ve katılım bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Kişilerin spor turizmi amacıyla gittikleri destinasyonlarda ya da tatil amaçlı gittikleri destinasyonlarda yaşadıkları spor turizmi deneyiminin, memnuniyet durumunu etkileyeceği düşünülmektedir. Bu düşüncüyü doğrulayabilmek amacıyla Pamukkale Destinasyonunda spor turizmi kapsamında ele alınan hafif hava araçlarında yaşanan deneyimden yola çıkılarak, bu deneyimlerin memnuniyet üzerinde etkisi ölçülmesi amaç olarak belirlenmiştir. Pamukkale destinasyonunda yapılan araştırmaya göre bölgede yamaç paraşütü ve sıcak hava balonu faaliyetleri aktif olarak hizmete sunulduğu tespit edilmiş ve bu araştırmanın yapılması düşünülmüştür.

Araştırma kapsamında Pamukkale Bölgesinde turistik hafif hava aracı deneyimi yaşayan turistlere nicel veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi uygulanmıştır. 313 ziyaretçiden veriler toplanmış ve istatistik paket program ile analiz edilmiştir. Elde edilen verilere güvenilirlik testi, faktör analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır. Uygulamalar doğrultusunda hava araçları deneyiminin memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Spor Turizmi, Hava Sporları Turizmi, Deneyim, Memnuniyet

**ABSTRACT****THE EFFECT OF TOURISTIC LIGHT AIRCRAFT EXPERIENCES ON SATISFACTION: THE CASE OF PAMUKKALE**

Sena AKÇAKAYA

Master Thesis

Tourism Management Department

Supervisor: Prof. Dr. Serkan BERTAN

July 2021, IX+105 pages

**The union of sports and tourism is a union that gives life to the economy and allows tourism and sports to take place in a better position. At the same time, based on the diversification of tourism, sports tourism; It is in an important position in terms of tourism diversity in terms of the activities it includes and the areas it covers. When the holiday types, wishes and expectations preferred by the people participating in tourism activities are evaluated in general terms, the fact that there is an orientation to alternative tourism activities besides the sea, sand and sun trio and that the holiday understanding of people is not limited to this trilogy has increased the value given to sports tourism. The interest and participation in mega events (match, derby, etc.) organized in the world and in our country supports this idea. It is thought that the experience of sports tourism in the destinations they go to for sports tourism or the destinations they go for holiday will affect their satisfaction. In order to verify this idea, the aim is to measure the effect of these experiences on satisfaction, based on the experience of light aircraft, which is considered within the scope of sports tourism in Pamukkale Destination. According to the research conducted in Pamukkale destination, it was determined that paragliding and hot air balloon activities were actively put into service in the region, and this research was considered.**

**Within the scope of the research, the survey method, one of the quantitative data collection methods, was applied to the tourists who had a touristic light aircraft experience in Pamukkale Region. Data were collected from 313 visitors and analyzed with a statistical package program. Reliability test, factor analysis and regression analysis were applied to the obtained data. In line with the applications, it was seen that the aircraft experience had a significant effect on satisfaction.**

**Keywords:** Sports Tourism, Air Sports Tourism, Experience, Satisfaction

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	vi
TABLOLAR DİZİNİ.....	vii
SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	ix

## BİRİNCİ BÖLÜM SPOR VE TURİZM

1.1. Turizm Kavramı .....	1
1.2. Spor Kavramı .....	5
1.3. Spor Turizmi .....	8
1.3.1. Spor Turizmi Faydaları .....	10
1.3.2. Spor Turizmi Faaliyet Alanları.....	14
1.3.3. Spor Turizmi Etkileri.....	20
1.3.3.1. Spor Turizminin Ekonomik Etkileri.....	23
1.3.3.2. Spor Turizminin Sosyo Kültürel Etkileri.....	24
1.3.3.3. Spor Turizminin Çevresel Etkileri.....	26
1.3.4. Spor Turizmi Türleri.....	27
1.3.4.1. Aktif Spor Turizmi.....	31
1.3.4.2. Olay/Faaliyet Temelli Spor Turizmi.....	32
1.3.4.3. Nostalji Spor Turizmi.....	34
1.3.5. Stratejik Hedeflerle Türkiye’de Spor Turizmi.....	35
1.3.6. Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği.....	40
1.4. Spor Turisti.....	42
1.5. Hava Sporları Turizmi.....	43
1.5.1. Yamaç Paraşütü.....	44
1.5.2. Balon.....	49
1.5.3. Mikrolayt.....	52
1.5.4. Yelken(delta) kanat.....	53
1.5.5. Planör.....	54
1.5.6. Model Uçak.....	55
1.5.7. Paraşüt.....	55
1.6. Hava Sporları Turizmi Araçları ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	55
1.7. Denizli’de Hava Sporları Turizmi.....	62

## İKİNCİ BÖLÜM

### TURİZM VE DENEYİM-MEMNUNİYET İLİŞKİSİ

2.1. Deneyim Kavramı.....	66
2.2. Turizm Deneyimi.....	67
2.3. Deneyimin Boyutları .....	68
2.3.1.Eğlence.....	69
2.3.2. Eğitim .....	69
2.3.3. Kaçış .....	69
2.3.4. Estetik.....	69
2.4. Memnuniyet ve Turizm Deneyimi.....	70
2.5. Turizmde Memnuniyet ve Deneyim ile İlgili Yapılan Çalışmalar.....	71

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TURİSTİK HAFİF HAVA ARAÇLARI DENEYİMLERİNİN MEMNUNİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: PAMUKKALE ÖRNEĞİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	73
3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	74
3.3. Araştırmanın Soruları.....	74
3.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli.....	75
3.5. Araştırmanın Varsayımları .....	76
3.6. Araştırmanın Problem Durumu .....	76
3.7. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Yöntemi.....	77
3.8. Araştırma Bulguları.....	78
3.8.1. Demografik Özelliklere İlişkin Tespitler.....	78
3.8.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi.....	82
3.8.3. Faktör Analizi.....	83
3.8.4. Regresyon Analizi.....	86
SONUÇ VE TARTIŞMA.....	88
ÖNERİLER.....	92
KAYNAKÇA.....	93
EKLER.....	103
ÖZGEÇMİŞ.....	105

**ŞEKİLLER DİZİNİ**

Şekil 1. Spor ile İlişkisi Olan Sektörler.....	7
Şekil 2. Spor Turizmi Olgu Modeli.....	13
Şekil 3. Spor Turizminin Etkileri.....	22
Şekil 4. Spor Turizmi Türlerinin Sınıflandırılması.....	28
Şekil 5. Spor Turizmi Davranış Prototipi.....	29
Şekil 6. Yamaç Paraşütünü Oluşturan Bölümler.....	45
Şekil 7. Montgolfier Kardeşlerin Balon Modeli.....	50
Şekil 8. Deneyim Alanları.....	68
Şekil 9. Araştırma Modeli.....	75

## TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. 2018 Yılı Turizmde İstihdam.....	2
Tablo 2. 2015-2018 Yılları Otellerde İstihdam Eden Personel Sayıları.....	2
Tablo 3. 2003-2019 Ortalama Turist Harcaması, Turizm Geliri ve GSYH payı.....	4
Tablo 4. Faaliyet Tabanlı Spor Turizminin Potansiyel Faydaları.....	10
Tablo 5. Etkinlik Tabanlı Turizm Olayları.....	15
Tablo 6. Spor Turizmi Yolculuk Kategorisi.....	19
Tablo 7. Spor Turizminin Ölçülebilir Etkileri.....	21
Tablo 8. 1992-2016 Yıllarında Gerçekleşen Olimpiyatlar ve Maliyet İstatistikleri.....	24
Tablo 9. Turizmin Sosyal Etkileri.....	25
Tablo 10. 2023 Turizm Stratejisi- Spor Turizmi.....	36
Tablo 11. Hava Sporları Turizmi Spor Araçları.....	43
Tablo 12. Yamaç Paraşütünün Bölümleri.....	46
Tablo 13. Turizm Deneyiminde Memnuniyeti Etkileyen Unsurlar.....	71
Tablo 14. Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	79
Tablo 15. Katılımcıların Mesleki Durumlarına Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	79
Tablo 16. Katılımcıların Gelirlerine Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	80
Tablo 17. Katılımcıların Destinasyona Geliş Türüne Yönelik Dağılım.....	80
Tablo 18. Katılımcıların Milliyetine Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	81
Tablo 19. Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	81
Tablo 20. Katılımcıların Medeni Durumuna Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	81
Tablo 21. Katılımcıların Öğrenim Durumuna Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı.....	82
Tablo 22. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik İstatistiği.....	83
Tablo 23. Deneyim Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi.....	84



Tablo 24. Ölçüm Değişkenlerine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi.....	86
Tablo 25. Hipotezlerin Kabul/Red Tablosu.....	87

**SİMGE VE KISALTMALAR DİZİNİ**

AA	Anadolu Ajansı
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
FAI	Uluslararası Havacılık Federasyonu
İZTO	İzmir Ticaret Odası
KMO	Kaiser-Mayer-Olkin Testi
OECD	İktisadi İş birliği ve Geliştirme Teşkilatı
SHGM	Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü
THK	Türk Hava Kurumu
TÜRSAB	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
UNWTO	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

## BİRİNCİ BÖLÜM

### SPOR VE TURİZM

#### 1.1. Turizm Kavramı

Turizm, kişilerin şahsi ya da ticaret/meslek gibi amaçlarla sürekli yaşadıkları konumdan ayrılarak farklı konumları ziyaret etmesini sağlayan sosyal, ekonomik, beşerî, kültürel bir olaydır. Konumlarından ayrılarak farklı destinasyonlara giden kişiler ziyaretçi, turist ya da gezi uzmanı olarak nitelendirilebilirler (unwto.org).

Turizm “dünya genelindeki en büyük endüstri ve en büyük ekonomik faaliyet” olarak da adlandırılmaktadır. Turizmin milletler arası özelliği göz önünde bulundurulduğunda ise “en kapsamlı nüfus hareketliliği” olarak nitelendirilebilir. Turizmin tüm bu yönlerine ek olarak “yer tüketiminden mesul olan birinci sıradaki faaliyet” olduğu da değerlendirmeye alınırsa genel olarak “ilişkiler ve faaliyetler bütünü” olarak tanımlanması yanlış olmayacaktır (Soykan, 1999: 67). Turizm sektörünün ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlardan değerlendirildiğinde gelişim ve değişim için bulunmaz bir nimet olduğu ortadadır. Bu nedenle geçmişten şimdیه kadar gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından ilgi odağı olmuştur. Dünya nezdinde en hızlı gelişme gösteren sektörlerden biri olması da turizme olan bu ilginin nedenleri arasındadır (Yıldız, 2011: 54).

Turizm, birinci dünya savaşı dönemine kadar zaruri bir ihtiyaç olarak kabul edilmemekte, lüks bir gereksinim olarak görülmekte; 1960’lı yıllara kadar ise kültürel bir hareketlilik olarak kendini göstermekteydi. Turizm endüstrisi etkisini 80’li yıllardan sonra hissettirmeye başlamış ve ekonomik olarak asıl katkısı bu yıllar sonrasında görülmeye başlamıştır (Kar vd., 2004: 88). Turizm faaliyetlerinin yaklaşık yıllık büyüme hızı 1980-2000 yılları arası dönemde %6,8 civarındadır. Uluslararası ticaret hacmi içerisinde turizm sektörünün payı bu gelişme eğilimi doğrultusunda dönem sonunu %15 ile tamamlamıştır. 1990’lı yılların sonuna doğru hizmetler sektörlerinin içerisinde ilk sırada yer almıştır. 2000 senesinde 698 milyon kişi turizm faaliyetlerine iştirak etmiş ve turizm gelirleri 476 milyar dolar olarak kaydedilmiştir (Dilber, 2007: 206). 2008 yılında dünya genelinde elde edilen turizm geliri 800-850 milyar dolar arası, 2018’de ise bir trilyon doları geçmiştir (data.oecd.org). 2019 yılında ise turist ziyaretleri %4 büyüme göstermiştir. 2018 yılına göre (+%6) daha yavaş büyüme hızı göstermesine rağmen 2019 senesinin güçlü bir büyüme senesi olduğu söylenebilmektedir (e-unwto.org). Çağımızda

ekonomik ve sosyal bir olgu durumuna gelen turizmin ülkeler üzerindeki pozitif ekonomik tesirleri, sektörün ekonomik tarafını daha da göz önüne çıkarmıştır (Çuhadar vd., 2009: 100). Turizm sektörünün gelişmesi ülkelerin ödemeler dengesinin düzelmesini, gelir getirmesini ve bundan dolayı da döviz girdisinin bağlantılı olduğu birçok alt sektör hareketliliğini sağlar ve en mühimi de istihdam olanaklarını artırıcı etkisiyle işsizlik probleminin alternatif bir çözüm yoludur. Bilhassa gelişmekte olan ülkelere, Türkiye’de dahil olmak üzere işsizlik probleminin çözülmesi en önemli sorunlardandır. Türkiye’de bu problemin çözümünün önemi 2008 ekonomik krizinden sonra iyice hissedilmiştir (Yıldız, 2011: 69).

Türkiye’de 2018 yılı itibariyle turizm sektörü içerisinde yaklaşık bir milyon kişinin istihdam ettiği bilinmekte ve aşağıda verilen alanlarda istihdam etmektedirler.

**Tablo 1. 2018 Yılı Turizmde İstihdam**

Yiyecek ve İçecek	664.000
Konaklama	260.000
Seyahat Acentesi	50.000
Kaynak: tuyed.org.	

Türkiye gibi gelişmekte olan ve işsizlik konusu kanayan bir yara haline gelen bir ülkede bir milyon kişinin istihdam ettirilmesi turizm sektörünün oldukça umut verici bir konumda olduğunun göstergesidir. Aynı zamanda 2015- 2018 yıllar baz alınarak incelendiğinde otellerde çalışan personelin istihdam sayılarının da büyük bir artış gösterdiği gözlenmiş ve tabloda verilmiştir.

**Tablo 2. 2015-2018 Yılları Otellerde İstihdam Eden Personel Sayıları**

2015	219.000
2016	190.000
2017	205.000
2018	260.000
Kaynak: tuyed.org.	

2016 yılı hariç tablodaki istihdam rakamlarında artış söz konusudur. 2016 yılını değerlendirme dışında tutmak o yıl yaşanan krizden kaynaklı olduğu için daha doğru olacaktır. Genel olarak veriler incelendiğinde sadece otellerde çalışan personel sayısının bile turizm sektörünün istihdam yaratıcı etkisini göz önüne çıkarmaktadır.

Dünya genelinde turizm seksenli yıllardan sonra büyüme eğilimi göstermiş ve Türkiye’de eş zamanlı olarak bu büyüme hızını takip etmiştir. Özellikle 1980 sonrasındaki yıllarda Türkiye turizmi itici güç olarak kabul etmiştir. 1990-2010 seneleri arasındaki sürede turizmin milli gelirdeki payının ortalaması bunun göstergelerindedir (Özsağır ve Akın, 2012: 312; Kızılgöl ve Erbaykal: 2008: 352). Aynı zamanda turizmden elde edilen gelir yıllar bazında değerlendirildiğinde ekonomik büyümedeki payının büyüklüğü açık bir şekilde görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda 2003- 2019 yılları arasındaki ortalama turist harcamaları, turizmden elde edilen gelir ve turizm gelirinin GSYH içindeki payı verilmiştir.

**Tablo 3. 2003-2019 Ortalama Turist Harcaması, Turizm Geliri ve GSYH payı**

TURİZM GELİRİ, ORTALAMA HARCAMANIN YILLARA GÖRE DAĞILIMI TURİZM GELİRLERİNİN GSYH İÇİNDEKİ PAYI			
YILLAR	TURİZM GELİRİ (1000\$)	ORTALAMA HARCAMA (\$)	TURİZM GELİRİNİN GSYH İÇİNDEKİ PAYI (%)
2003	13 854 866	850	4,4
2004	17 076 607	843	4,2
2005	20 322 111	842	4,1
2006	18 593 951	803	3,4
2007	20 942 500	770	3,1
2008	25 415 067	820	3,3
2009	25 064 482	783	3,9
2010	24 930 997	755	3,2
2011	28 115 692	778	3,4
2012	29 007 003	795	3,3
2013	32 308 991	824	3,4
2014	34 305 903	828	3,7
2015	31 464 777	756	3,7
2016	22 107 440	705	2,6
2017	26 283 656	681	3,1
2018	29 512 926	647	3,8
2019	34 520 332	666	4,6

Kaynak: türsab.org.

Tablo incelendiğinde turizm gelirlerinin 2006 yılından itibaren 20 milyonun altına düşmediği görülmektedir. 2012 ve 2016 yılları arasındaki süreçte 30 milyonun altına düşmeyerek önemli bir gelişme göstermiştir. 2016 yılında bir düşüş yaşamış ve bunu 2018 yılından itibaren telafi etmeye başlamıştır. 2019 yılında ise en yüksek turizm gelirine ulaşılmıştır. Ortalama harcama miktarı ve GSMH'nin turizm gelirinden bağımsız olarak değişim gösterdiği görülmektedir.

Ekonomide, ekonomik bir ünitenin harcama yapması, bir diğer ekonomik ünitenin gelirini oluşturmaktadır. Turizmde de buna benzer olarak turistlerin yaptığı harcamalar turizmde çalışan kişilerin maaşlarını ve sektörle alakalı diğer gelir kollarını

oluşturmaktadır. Turizm sektörü yapısı gereğiyle birden çok sektörle ilişki içerisinde. Bundan dolayı da turizmden elde edilen gelir diğer mal ve hizmet tüketimine ve bu mal ve hizmetin ihracatına olanak tanımaktadır. Şu demektir ki turistler bir ülkeye gittiklerinde, yaptıkları harcama sadece turizm sektörüne değil diğer sektörler de gelir sağlamaktadır (Kar vd., 2004: 90). Genel olarak turizmin diğer sektörlerinde gelişmesine olanak veren lokomotif bir sektör konumunda olduğunu söylemek doğru olacaktır (Tutar vd., 2013: 25).

Turizmin ekonomik etkilerinin yanısıra ağırlıklı olarak rekreasyona dayalı olması, doğal çevreye de etki etmesine de sebep olmaktadır. Rekreasyona imkân veren doğal alanların sık kullanımı doğaya dayalı turizm çeşitlerinin gelişmesini sağlamıştır. Kişilerin isteklerini göz önünde bulunduran bu yönelim, ülke ya da ülkelerin turizm sektöründen daha fazla gelir elde etme arzusu da eklenince, ekosistemi hassas olan yerlerin bile turizm sektörü için kapılarını açmasına neden olmaktadır (Soykan, 1999: 67).

1982 Yılında Hawaii’de turizmdeki gelişimin ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerine yönelik bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada Hawaii sakinlerine anket tekniği uygulanarak tutumları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın bulgularında Hawaii sakinleri turizmin birçok ekonomik ve sosyo-kültürel fayda sağladığını fakat çevresel fayda konusunda kararsız olduklarını ifade etmişler, çevrenin korunmasının turizmin getirdiği ekonomik faydalardan daha önemli olduğunu belirtmişlerdir (Liu ve Var, 1986: 193). Bu bilgiler ışığından yola çıkarak turizmin çevresel anlamda olumlu ve olumsuz etkilerinin bulunduğunu, turizmin sürdürülebilirliğinin korunması ve kendine ve diğer sektörler fayda sağlamaya devam edebilmesi için kontrollü ve planlı bir şekilde koordine edilerek turizm faaliyetlerinin sürdürülmesi gerektiği sonucuna varmak mümkündür.

## **1.2. Spor Kavramı**

Kişinin hayatıyla özdeşleşen ve toplumsal dinamizmin temel taşlarından biri olan spor, yeni boyutlar kazanan konulardan bir tanesidir (Karasüleymanoğlu, 1995: 3). Literatürde sporla ilgili birçok tanıma rastlanmıştır. Bu tanımlardan bazıları: Spor, kişilerdeki potansiyel enerjiyi bedensel ve zihinsel olarak en faydalı şekilde tüketen; fertlerde ve toplumda sağlıklı ilişkilerin gelişmesini sağlayan; farklı durumlarda mutluluğa götüren, topluma disiplini, kurallara uymayı ve sosyal barışa inanan bireyleri kazandıran araçtır (Güven, 1999: 2).

Spor, kazanma ve başarıma gibi insan içgüdüsünü tatmin etmeyi hedefleyen, belirli kurallar çerçevesinde gerçekleşen rekabete dayanan, sosyalleştiren, fiziksel ve zihinsel hareketlerdir (Zengin ve Öztaş, 2008: 49).

Spor, kişinin, doğa ile savaş halindeyken kazanmış olduğu yetkinlikleri ve geliştirmiş olduğu araçsız savaşım tekniklerini, serbest zamanındaki artış göstermeye bağlı olarak, tek tek ya da toplu olarak, barışçı biçimde ve benzetim yoluyla, oyalanma, oyun ve işten uzaklaşma amacıyla kullanılmasına dayanan estetik, fiziksel, teknik, yarışmacı ve toplumsal bir süreçtir (Fişek, 1998: 35).

Sporla ilgili tanımlara bakılarak bir yorum yapılabilir; spor faaliyetlerinin kişinin öz benliğine ve aynı zamanda kişinin sosyal hayatına olumlu yönde katkı sağladığını söylemek mümkün olacaktır. Duquin (2000: 477), spor deneyimlerinin öz-değer, irade gücü, merhamet, anlayış, sevgi ve dostluk için ortam hazırlayarak duygusal gelişimi zenginleştirebileceğini ifade etmiştir.

Devlet Planlama Teşkilatı Onuncu Kalkınma Planında sporun yalnızca serbest zaman değerlendirme faaliyeti olarak düşünülmemesi gerektiği, sporun aynı zamanda bireyin sosyal, fiziksel, zihinsel ve gelişimine katkıda bulunan ve sağlıklı toplumların oluşmasına olanak veren bir eğitim aracı olduğunu, dolayısıyla da kalkınmanın ana unsuru olan insanın beden ve ruh sağlığını geliştirmek, çevreye uyumunu kolaylaştırmak, toplumlar arası barışı sağlamak amaçlı olarak yapılan faaliyetler olduğu ifade edilmiştir (T.C Kalkınma Bakanlığı, 2014: 1). Din, ırk, cinsiyet gibi ayrımlar gözetmeden, tribünlere, ekranlara, dünyanın dört bir yanındaki insanı aynı anda toplayabilen spor dışında başka bir alan daha yoktur (Fişek, 1985: 22). Sporun temel anlayışlarında yarışma ve sağlıklı gelişme vardır, kişilere eşit fırsatlar sunmaktadır. Sporun bütünleştirici özelliği sayesinde fırsat eşitliği gözetilen sosyal devlet politikaların gerçekleştirilebilmesi için zemin hazırlamaktadır (Karasüleymanoğlu vd., 2005: 75-82). Almanya sporu hükümetle birlikte kullanan ilk devletlerden bir tanesidir.

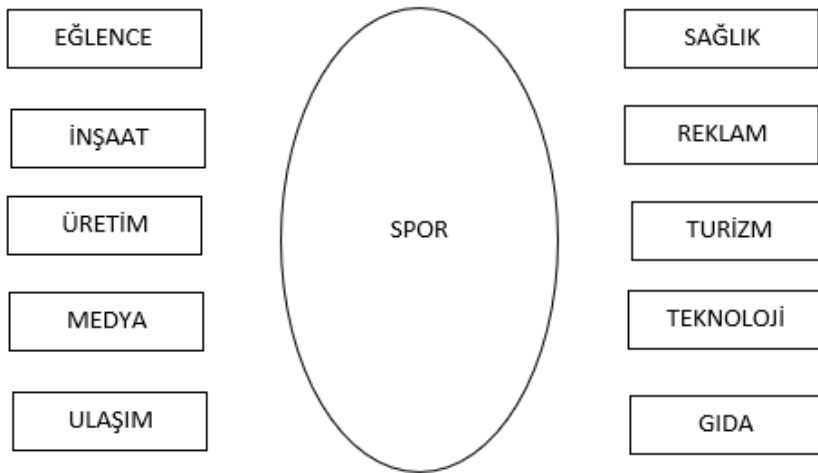
Naziler, etkinliklerini artırabilmek adına spor faaliyetlerini hükümet ile yürüterek önemli işlere imza atmış ve uluslararası ilişkilerde spora fazlasıyla önem vermişlerdir (Algün Doğu, 2010: 21). NATO'nun Almanya'ya Hallstein Doktrini yoluyla uzun yıllar uygulamış olduğu ambargoyu kaldırabilmesi doğru bir politika ve yirmi milyonu bile bulmayan nüfusunun içinden çıkan üstün nitelikli sporcular sayesinde gerçekleşmiştir. Amerika ile Küba'yı basketbol bir araya getirmiş, Çin ile Amerika'yı birbirine



yakınlaştırmayı Pingpong başarmıştır. Buradan çıkarılabilir ki birçok diplomatik arabulucunun sağlayamadığı birliktelikleri spor sağlamıştır (Fişek, 1985: 23).

Dünya genelinde spor örgütlenmesi ve spor hizmetleri farklılık göstermesine rağmen, genel olarak bakıldığında ortak noktalar da bulunmaktadır. Yine genel olarak incelendiğinde neredeyse bütün ülkelerde devletin, sporu denetleyici, destekleyici, özendirici bir rol üstlendiğini görmek mümkün olacaktır. Spor hizmetleri ve yatırımlarının yürütülmesi faaliyetlerinin ise çoğunluk olarak yerel yönetimlere, gönüllü ve özel kuruluşlara, federasyonlara bırakıldığı görmek mümkündür (T.C Kalkınma Bakanlığı, 2014: 2). Aynı zamanda sporun kitlelere ulaştırılması işlevi de birçok ülke tarafından vatandaşlara kamu hizmeti olarak sunulmaktadır (Yıldız, 2018: 64-80). Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının 59. Maddesinde '*Devlet, her yaşta Türkiye vatandaşlarının beden ve ruh sağlığını geliştirecek tedbirleri alır, sporun kitlelere yayılmasını teşvik eder.*' hükmü yer almaktadır (Türkiye Cumhuriyeti 1982 Anayasası, Madde: 59). Bu hüküm doğrultusunda ülkemizde de sporun kitlelere ulaştırılması işlevinin hükümet tarafından gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Spor farklı sektörlerle de bir etkileşim içerisindedir. Bu etkileşim dolayısıyla bir bütünün hem etkileyen hem etkilenen bir parçası olduğunu söylemek doğru olacaktır (Gündoğdu ve Devecioğlu, 2008: 117-124).

**Şekil 1: Spor ile ilişkisi olan sektörler**



Kaynak: Devecioğlu, 2005: 122.

Spor endüstrisinin, spor ile bağlantılı geniş bir ürün ve tüketici yelpazesini içerdiği araştırmalarda görülmektedir. Spor endüstrisi kapsamında ürün; sportif faaliyetler, serbest zaman etkinlikleri, rekreasyon ve bunlar ile alakalı hizmetler ve ürünler şeklinde ele alınmaktadır (Argan ve Katırcı, 2002: 3). Bu ürünlerin yanı sıra; spor hizmetleri şirketleri, restoranlar, fabrikalar, oteller, barlar, karaoke faaliyetleri de spor endüstrisi ile ilişkilendirilebilir (Hong, 1997: 343-354). Olimpiyatlara ev sahipliği yapacak ülkeler belirlenirken bu unsurların dikkate alınarak belirlenmesi örnek olarak gösterilebilir (Argan ve Katırcı, 2002: 4). Olimpiyatlar gibi büyük spor organizasyonlarında ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkiler bir bütün oluşturmaktadır. Bunlar yöresel ve ulusal izler taşımaya devam ettikçe hem sporcular hem de seyirciler turist sayılır. Stadyumlarda da bölge için prestij ve hasılat, spor için ekonomi ve reklam faktörüdür (Gündoğdu ve Devecioğlu, 2008: 117-124). Spor vasıtasıyla tanıtım ve imaj oluşturmak milyarlarca dolar harcamaktan daha kolay olacaktır. Bu tanıtımlar sayesinde yarışma, dostluk ve dayanışma anlayışları da oluşacağı düşünülmektedir (Karahüseyinoğlu vd., 2005: 75-82). Örneğin: futbol milli takımımızın 2008 yılında Avrupa Futbol Şampiyonası'nda göstermiş olduğu başarı ülkemiz için iyi bir tanıtım fırsatı yaratmıştır. Aynı şekilde Formula 1 yarışlarının da ülke ekonomisine ve imajına katkıda bulunmuştur. Özellikle bu yarışların olduğu dönemde İstanbul'da otel fiyatlarının yükseldiği tespit edilmiştir (İzmir Ticaret Odası, 2009: 29).

Sportif faaliyetler alt gruplara ayrılabilir. Fakat spor türleri arasında voleybol, futbol gibi takım oyunları, atletizm ve salon sporları gibi performansa dayalı türlerin hem seyirci sayısı hem de elde edilen gelirin fazla olmasıyla diğer spor türlerine göre ön plana çıktığı bilinmektedir. Bu spor türlerinden elde edilen gelirin sürekli olabilmesi, takımların ve sporcuların başarı göstermesine bağlıdır (Koca vd., 2007: 205-224).

### **1.3. Spor Turizmi**

Turizm sektörünün ulusal ve uluslararası boyutta olmak üzere ekonomideki diğer sektörlerle girdi-çıkı ilişkisi içerisinde olduğu görülmektedir (Soyak, 2013: 5). Turizm sektörünün ilişki içerisinde olduğu alanlardan birisi de spor ve sportif faaliyetlerdir. Spor turizmi, faaliyet, insan ve destinasyonun etkileşiminden türetilen eşi olmayan bir çalışma alanıdır. Spor turizminin eşi olmayan özelliklerinden biri de insanların ve mekânın faaliyetlerle etkileşimini genişletmesine katkı sağlamasıdır (Weed ve Bull, 2009: sn yok).

Sporun günümüzde dünyadaki en büyük sosyal olaylardan biri olduğu bilinmektedir. Turizmde hızla gelişen endüstrilerden biri olduğuna şüphe yoktur. Buradan hareketle spor ve turizm arasındaki ilişkinin karşılıklı fayda sağlayacağı ve bu iki alanın ilişkisinin oldukça uyumlu olacağı açık bir şekilde görülebilir (Kurtzman ve Zauhar, 2003: 41). Spor turizminin ekonomik bir sektörün doğmasına neden olduğu ve bu sektör sayesinde ülkelerin insan ve kültür alışverişlerini hızlandırdığı söylenebilir (Güçlü, 2001: 227). Kurtzman ve Zauhar (2003: 37). Sporun karakter oluşturduğunu, değerleri öğrettiğini, sağlıklı rekabeti teşvik ettiğini, saldırganlık durumunda çıkışlar sağladığını ve uluslararası dostluğu ve anlayışı teşvik ettiğini belirtmişlerdir.

Spor turizminin faydaları göz ardı edilemez. Fakat bunların yanında olumsuz özellikleri de bulunmaktadır. Birtakım spor turizmi türlerinde iyi bir organizasyon yapılmadığında, ekolojik anlamda olumsuzluğa ve diğer sektörlerin gelişiminin olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 183-195). Spor turizminin olumsuz özelliklerinin önüne geçebilmek ve diğer sektörlerle de uyum halinde ilerleyebilmesini sağlamak için gerekli önlemlerin alınabilmesi adına planlama ve düzenlemeler yapılmalıdır. Bu planlama ve düzenlemeler kapsamında uzmanların görüşlerine başvurularak ilerlenmesinin daha sağlıklı neticeler vereceği tahmin edilmektedir.

İlgili literatür taraması kapsamında spor turizminin mevcut ve potansiyel faydalarına aşağıda yer verilmiştir. Getz., (1998: 61) Olay tabanlı spor turizminin faydaları ve hedeflerini ele almıştır. Bunlar: Turizm, İmaj, Mevzuat, Verimlilik ve Topluluk Faydaları olmak üzere beş ana başlıktan oluşmaktadır. Getz çalışmasında belirlediği stratejik hedeflerin sağlayabileceği temel faydaları gösterdiğinin altını çizmiştir. Bu hedeflerin göz önünde bulundurulmasının önemli olduğunu, bunun nedeninin birçok spor faaliyetini destinasyona çekmeyi amaçlayan kısıtlı bir stratejinin ya da çok sayıda turist yığılmasının faaliyetin gerçekleştiği destinasyona zarar verebileceğini, bu hedeflerle olumsuz etkilerin önüne geçilebilmesini amaçladığını ifade etmiştir. Getz'in bu hedefleri oluştururken tüketiciler ve destinasyonlar perspektifinden dikkate aldığı görülmektedir. Aşağıdaki tabloda ana hatlarıyla bu hedefler incelenmiştir.

**Tablo 4. Faaliyet Tabanlı Spor Turizminin Potansiyel Faydaları**

Turizm	İmaj	Mevzuat	Verimlilik	Topluluk Faydaları
Kaliteli turistlerin gelmesini sağlanmalı, (Aileler, Seyirciler, Yarışmacılar, Yetkililer) Takımlardan ve Faaliyet Turistlerinin Tekrar ziyaret etmesini sağlanmalıdır.	Pozitif Bir Destinasyon imajı geliştirilmelidir. (Destinasyon Çekiciliği)  İmaj Geliştirmede Medya Aracı olarak kullanılmalıdır.  Uzun Vadeli Talep Oluşturulmalıdır.	Bölgenin Tesis ve Hizmet Arzının Genişletilmesi ve İyileştirilmesi için Spor Faaliyetleri Kullanılmalı,  Spor Faaliyetlerinin Desteklenmesi İçin Mali Bir Destek Yaratılmalıdır.  Kalıcı Faaliyetler Yaratılmalıdır.	Mevcut tesislerin kullanımını ve bu tesislerden elde edilen gelir en üst düzeye çıkarılmalıdır.	Spor ve Turizm için toplumun desteği alınmalıdır.  Spor Etkinliklerinde Toplumda dahil olmak üzere bir bütün olarak fayda sağlanması hedeflenmelidir.

Kaynak: Getz, 1998: 8.

Getz, belirtilen hedef başlıkların uygulanması doğrultusunda spor turizminden fayda sağlanabileceğini düşündüğünü ilgili çalışmasında belirtmiştir. Spor turizminden fayda sağlandığı veya sağlanabileceği literatürdeki diğer çalışmalarla da desteklenmektedir. Spor Turizminin Faydaları adlı başlıkta bu faydalara yer verilmiştir.

### 1.3.1. Spor Turizmi Faydaları

- Spor Turizmi, ülkelerin ekonomik açıdan gelişmesine, kültür düzeyinin artışına, dünya barışının sağlanması ve devam ettirilmesine, sosyal yaşamına olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda ülkelerin tanıtım faaliyetlerinde de büyük bir rol oynamaktadır (Akın vd., 2016: 1993).
- Aktif katılım yolu ile spor faaliyetlerine katılmanın sağlık yönünden oldukça geniş faydaları bulunmaktadır. Aynı zamanda sportif olarak düşünen ve bu düşünceyle hareket eden insanların sosyal anlamda da daha iyi etkileşim sağladığı bilinmektedir (Gammon ve Robinson, 1997: 21).
- Spor Turizminin gerçekleştiği destinasyona da birçok faydası olduğunu söylenebilir. Kentin kısa süreli istihdamına katkı sağlar, ekonomik yönden büyümeye yardımcı olur, altyapının geliştirilmesine olanak sağlar, eğlence

alanlarının artışına sebep olur, harcamalara doğrudan katkısı bulunmaktadır ve turizmde genel olarak büyümeyi sağlamaktadır (Kurtzman, 2005: 62).

- Olimpiyat oyunları gibi spor etkinlikleri milyonlarca dolarlık harcama etkisi yaratmaktadır. Aynı zamanda olimpiyatların gerçekleştiği destinasyonlar medya tarafından da takip edilmekte ve bu destinasyonun tanıtımına katkı sağlamaktadır. Büyük yatırımları olmayan gençlik yarışmalarının bile turistleri destinasyona gitmeye teşvik ettiği ve ekonomik etki yaratacağı düşünülmektedir. Eğlenceyi amaç olarak düzenlenen spor turizmi faaliyetleri açısından bakıldığında Barbados, Belize gibi küçük ülkelerin dalış, balıkçılık, golf gibi spor faaliyetlerinden elde ettiği gelirlere güvendiği bilinmektedir (Delpy, 1998: 27).
- Spor Turizmi destinasyondaki diğer turistik cazibe merkezlerinin de önem kazanmasını sağlamaktadır.
- Spor Turizmi, kültür, dil, din, ırk, coğrafi konumdan bağımsız olarak sporla ilgilenen kişilerin turistik hareketliliğine katkıda bulunur ve seyahat etmelerini teşvik eder (Sasi, 1995: 6).
- Spor turizmi kentlerin birbirleriyle rekabet etmelerini sağlamaktadır. Profesyonel spor takımlarını çekmek için yeni tesisler inşa etmek, etkinlik düzenlenecek yerler inşa etmek ve bu yerlerin bakımını, koordinasyonunu sağlamak bu rekabete örnek olarak gösterilebilir (Getz, 1998: 61-62).
- Yüksek verim alınan turistleri, özellikle de tekrar gelen turistlerin destinasyona çekilmesini sağlar (Bektaş, 2010: 14)

Spor ve turizm ikilisinin bir araya gelmesiyle spor turizmi ortaya çıkmış, spor turizmi olgusunun birçok faydasının olduğu ilgili literatür taraması kapsamında tespit edilmiştir. Spor turizminin sosyal yaşama, şehir ve ülke ekonomisine, rekabet edebilme gücüne, dolaylı yoldan dünya barışına, istihdama, kişi ya da kişilere fiziksel olarak olumlu yönde katkı sağladığı sonucuna varılmıştır. Spor turizminde kişilerin, kişisel özelliklerinin ve ırk, mezhep, dil, din gibi faktörlerinin ön planda olmaması spor turizmine her insanın katılabileceğini, bundan dolayı da spor turizminin evrensel bir boyut kazandığı söylenebilir. Aynı zamanda spor turizmi esnasında farklı kültürlerden insanların bir araya gelmesi ve etkileşimde bulunması, kişilerin birbirlerini tanımalarına ve

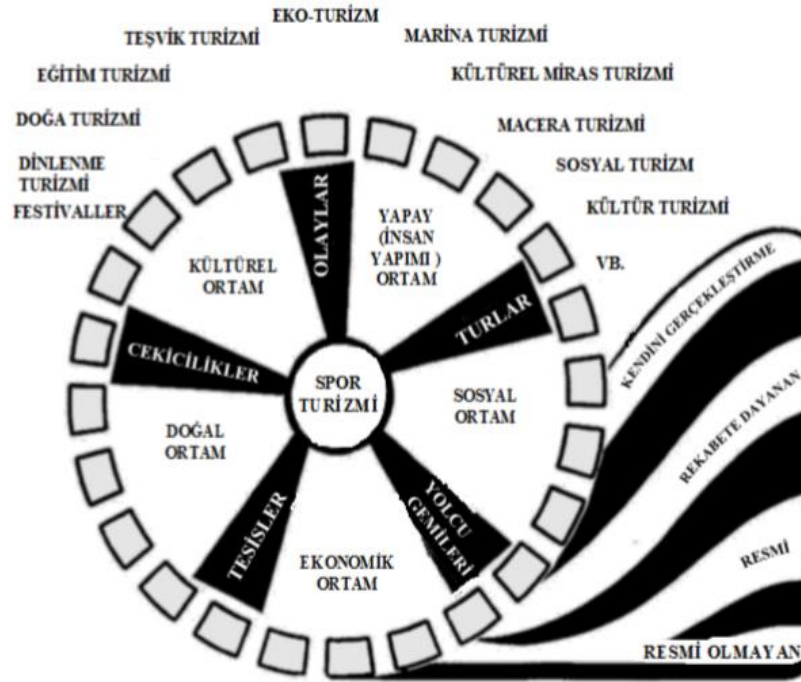
dostluk ortamının oluşmasına katkı sağlayacaktır. Özetle spor turizminin hem kişiye hem de topluma faydası olduğunu söylemek mümkündür.

Spor turizminin faydaları gibi tanımları da literatürde oldukça sık ele alınmıştır. Spor turizmi, sportif faaliyet amacıyla seyahat edenlerin oluşturduğu turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Bazı kesimler spor turizmini sadece aktif olarak spor yapan kişiler kapsamında değerlendirirken, bazıları da yapılan sporu seyretmek için seyahat edenleri de dahil etmektedir (Türsab, 2014). İnsanların spor vasıtasıyla turist sıfatını kazanması bile aslında birden fazla turizm alt alanının iç içe geçtiğini açık bir şekilde göstermektedir (Salici ve Özdaşlı, 2016: 36-46). Kurtzman, (2005: 49-51) Spor turizmini genel olarak turizm amaçlı olarak sporun kullanılması olarak tanımlamış, ancak seyahat etme amacının spor olduğu durumlarda spor turizminin gerçekleşeceğini belirtmiştir. Ek olarak spor turizminde seyahatin spor faaliyeti tarafından motive edildiğinde spor turizmi olabileceğini ifade etmiştir. Deery, Jago ve Fredline çalışmalarında spor turizminin spora aktif ya da pasif olarak katılanları içerdiğini ve spor turizmine katılım motivasyonunun bu turizm türünü gerçekleştirmede ana etken olduğunu savunmaktadırlar. Deery, Jago ve Fredline spor turizmi kavramının yanında turizm sporu kavramını da tanımlamıştır. Turizm sporunun gezginlerin seyahatleri esnasında sporu ikincil faaliyet olarak gerçekleştirmeleri olduğunu öne sürmüşlerdir (Deery, Jago ve Fredline, 2004: 237). Bu yaklaşımdan yola çıkılarak; Amerika seyahati esnasında bir turist için spor müzesini görmeyi ana hedef olarak belirlemediği fakat güzergâh üzerinde olmasından dolayı spor müzesini de ziyaret etmesini turizm sporu olarak nitelendirmek doğru olacaktır. Gibson (1998: 49) ise spor turizmini kişilerin geçici süreli olarak buldukları konumun dışında, sportif aktivitelere katılmaya, sportif aktiviteleri izlemeye veya sportif aktivitelerle ilişkili olan cazibe merkezlerine gitmesini sağlayan boş zaman kaynaklı seyahat olarak tanımlamıştır. Kurtzman ise diğer tanımlardan farklı olarak, spor turizmini ‘sporun turizm girişimleri için bir araç olarak kullanılması’ olarak tanımlamıştır. Spor turizminin fiziksel yönünü spordan aldığını, turizm için sporun fiziksel yönünün önemli olduğunu belirtmiştir (Kurtzman, 2005: 15).

Tanımlardan genel olarak bir çıkarım yapmak gerekirse spor turizmi: kişilerin ya da grupların seyahat etme ve sportif aktiviteye izleyici ya da faaliyeti gerçekleştirme amacı ile gerçekleştirmiş oldukları bir turizm türüdür. Spor turizminde ana faktörün sportif faaliyet olduğu söylenebilir.

Kurtzman ve Zauhar, Spor turizmini etkileyen faktörler de dahil olmak üzere, spor turizminin öğelerini ve spor turizmi ile ele alınması gereken olguları içeren bir spor turizmi modeli oluşturmuşlardır. Aşağıda modele yer verilmiştir.

**Şekil 2. Spor Turizmi Olgu Modeli**



Kaynak: Kurtzman ve Zauhar, 2003: 45

Modelin ana merkezinde, odak noktası olan spor turizmi yer almaktadır. Ana merkez olan spor turizmine siyah şerit şeklinde uzanan alanlar, yapı taşları denilebilecek beş farklı spor turizmi kategorisini (çekicilikler, tesisler, yolcu gemileri, turlar, olaylar) ifade etmektedir. Siyah uzantıların yanındaki boşlukta yer alan ara alanlar, spor turizminin gerçekleşebileceği ortamları ifade etmektedir. Modelin dış üst kısmında yer alan yapılar, spor turizmine potansiyel katkı sağlayacağı düşünülen ve katkıda bulunan yapılardır. Modelin sağ dış kısmında bulunan dalgalar ise ziyaretçiler açısından motivasyon unsurlarını içermektedir. Model, zaman içerisinde dalgalı bir yoldaki hareketi göstermektedir. Bu sayede spor turistinin ihtiyaç ve isteklerine göre spor turizmine uyum sağlayacağı düşünülmektedir (Kurtzman ve Zauhar, 2003: 45). Modelde gösterilen spor turizmi faaliyet kategorileri aşağıdaki başlık altında ayrıntılı olarak incelenmiştir.

### 1.3.2. Spor Turizmi Faaliyet Alanları

Spor turizmi alanlarının sinerjisini anlayabilmek ve spor turizmi alanında çalışmaları anlayıp, yön verebilmek için spor turizminin farklı kategorilerinin bilinmesi gerekmektedir (Delpy, 1998: 34). Spor turizmi, literatür bazında değerlendirildiğinde; etkilediği ve etkilendiği alanlar, kategorileri ve türleri açısından oldukça geniş bir yelpazeyi içermektedir. Böylesine geniş bir yelpazeyi içeren bir alanın kategorilere ayrılarak incelenmesinin hem anlaşılır olması hem de sağlıklı sonuçlar verebilmesi için doğru olacağı düşünülmektedir. Kurtzman ve Zauhar(1993: 30), doğrudan spor turizmi ile ilgili faaliyetleri kapsayan beş temel kategori belirlemiştir. Bu kategoriler, ulaşım şekilleri, faaliyet türleri, faaliyet yerleri gibi faktörler baz alınarak oluşturulmuştur.

Spor turizminin beş faaliyet alanı:

- A) Spor Turizmi Olayları/Etkinlikleri
- B) Spor Turizmi Çekicilikleri/Cazibeleri
- C) Spor Turizmi Kompleksleri/Tesisleri/Toplanma Yerleri
- D) Spor Turizmi Yolculukları/Kruvaziyer/Gemi Yolculukları
- E) Spor Turizmi Turları/Gezileri (Kurtzman, 2005: 17).

#### A) Spor Turizmi Olayları/Etkinlikleri

Çoğunluğu izleyici olan turistleri çeken spor faaliyetlerine spor turizmi olayları olarak nitelendirilmektedir. Bu spor turizmi faaliyeti, medyayı, teknik personelleri, sporcuları, sporcu antrenörlerinin katılma potansiyelini barındırmaktadır. Aynı zamanda bu spor turizmi etkinliği, günümüzde popüler olan yıldız sporcuları ve takımları görmek için seyahat eden turistleri de içermektedir (Kurtzman ve Zauhar, 2003: 44-45).

Getz, (1998: 61) ise spor etkinliğine katılma amaçlı seyahat eden turistlerin, faaliyetin içinde şahsen bulunma ya da bu etkinliği izleme maksadıyla turistik faaliyete katıldıklarını ifade etmiştir. Bu amaçla seyahat eden turistlerin, spor turizmi etkinliklerinin bir parçası olduğunu söylemek mümkün olacaktır. Özellikle rekabet ortamının yüksek olduğu etkinlik turizminde, seyirci faktörünün doğal bir parçası olduğu düşünülmektedir (Hinch ve Higham, 2005: 248). Spor turizmi etkinliklerinin içerdiği ya da gerçekleştiği alanlar bulunmaktadır. Literatürde bu alanlardan sıkça bahsedilmiştir. Bu



alanlar, farklı kaynaklardan elde edilen bilgiler doğrultusunda aşağıda tablo haline getirilmiştir.

**Tablo 5. Ekinlik Tabanlı Turizm Olayları**

SPOR TURİZMİ OLAYLARI/ETKİNLİKLERİ	
Kurtzman,2005: 17-18	Ritchie ve Adair, 2002:4
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Olimpik Oyunlar</li> <li>▪ Bölgesel/Ulusal/Uluslararası Çoklu Spor Oyunları</li> <li>▪ Şampiyonalar</li> <li>▪ Maratonlar</li> <li>▪ Zamanlanmış Lig Oyunları</li> <li>▪ Eşleştirme Oyunları</li> <li>▪ Spor Dünya Kupası</li> <li>▪ Yarışlar/Yat Yarışları</li> <li>▪ Derbiler</li> <li>▪ Spor Festivalleri</li> <li>▪ Bowl Games (Kuzey Amerika'da Kolej Futbolu)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mega, özel, önemli veya yerel spor etkinlikleri (Olimpiyat Oyunları, Dayanıklılık Yarışları, Londra Maratonu vb.)</li> </ul>
Kaynak: Ritchie ve Adair, 2002:4; Kurtzman, 2005: 17.	

Tabloda görüldüğü üzere spor etkinliklerini genel olarak: olimpiyat oyunları, şampiyonalar, çoklu spor oyunları, dünya kupaları, yarışlar vd. olarak sıralamak mümkün olacaktır. Saayman'a (2012: 184) göre gerçekleşecek etkinlik, etkinliğin boyutunu belirlemede önemlidir. Örneğin; Olimpiyat Oyunları organize gerektiren mega bir etkinliktir. Mega etkinliklerin turizm amaçlı etkinlikler olduğunu söylemek mümkündür. Bundan dolayı etkinlikler kategorisi içerisinde değerlendirilebilir.

### **B) Spor Turizmi Çekicilikleri/Cazibeleri**

Spor turizminin bu kategorisi sporla ilgili bedensel faaliyetlerde enerji veren gücü sağlayan faaliyetler ve bu faaliyetlerin gerçekleşeceği turistik merkezleri kapsamaktadır. Spor turizmi cazibe merkezleri doğal (parklar, dağlar) ya da insan yapımı (müzeler, binalar) alanlar olabilmektedir (Saayman, 2012:13). Spor turizmi çekicilik alanları genel olarak şöyle nitelendirilebilir:

- Stadyumlar, arenalar, spor faaliyetlerine ev sahipliği yapan tesisler.
- Yunanistan'daki gibi antik olimpiyat mirası olarak kabul edilen müzeler.
- Spor öncüleri, spor liderleri-kurucularını onurlandırmak için yapılan, spor merkezleri.

- Yaz kayağı merkezleri, su kaydırakları, bungee jumping gibi farklı spor tesisleri.
- Disney World gibi spor tema parkları.
- Spor gösterileri, eski tarz gemi ziyaretleri, su performans gösterileri (Kurtzman ve Zauhar: 2003: 42).

Spor tek başına da bir çekicilik unsuru oluşturmaktadır. Fakat turizm olayı ile bağlantı kurabilmesi için turizmden ayrı düşünülmeyen öğelerle de birleşmesi gerekmektedir. Ziyaretçiler, spor faaliyetlerinin çekiciliğinden etkilenseler de ulaşım, yeme-içme, eğlence gibi turizm öğeleri olmadan destinasyonlara ilgi göstermeleri mümkün değildir (Ören Şahin, 2018:29).

### **C)Spor Turizmi Kompleksleri/Tesisleri/Toplanma Yerleri**

Spor turizmi tesislerinin odak noktası; pazarlama stratejisi iyi planlanmış ve bütünleşmiş spor tesisleridir. Bu merkezler spor turistleri için uygun ve yüksek standartta tasarlanmıştır. Aynı zamanda spor turizmi her türlü iklimde, ulusal ya da uluslararası ortamda yapılabildiği için her türlü turiste hitap etmekte ve her koşulda yapılabildiği için büyüme olasılığının oldukça yüksek olduğu bilinmektedir (Delpy, 1998: 29-33). Spor turizminin gerçekleşebilmesi için sadece iklim koşullarının uygun olması yeterli bir faktör değildir. Buna örnek olarak; futbol takımlarının kamp yeri faaliyetlerini belirlemede iklim koşullarının tek etken faktör olmadığı, tesis faaliyetlerinin de bu organizasyonları destekler nitelikte olması gerektiği analiz sonuçlarıyla ortaya çıkarılmıştır. Durumun bu şekilde olması, tesislerin elde ettiği gelirin artışına katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda destinasyonda gerçekleşecek büyük spor organizasyonlarının tesislerin tanıtımına da olumlu etki ettiği düşünülmektedir (Demir ve Demir, 2013: 363). Günümüzde turistlerin, yalnızca spor tesisleri ve bu tesislerin sağladığı koşullar sayesinde destinasyon seçimi yapması bu görüşü desteklemektedir (De Knop, 1990: 31). Spor tesislerinde bulunması gereken birtakım özellikler olması gerekmektedir. Bu özellikler şu şekilde belirtilmiştir;

- Eğitim veren kişiler, alanında uzman kişiler, koçlar tarafından eğitim gerçekleştirilmelidir.
- Spor faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için üst düzey teknolojiye sahip araçlar bulunmalıdır.

- Rekabet edebilme ve uygulama fırsatları sunulmalıdır.
- Spor faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için özel alanlar oluşturulmalıdır.
- Özellikleri belirtilen tesislerden bir kısmı spesifik spor becerilerine odaklanmakta, bazıları eğlence maksatlı spor aktivitelerine odaklanmaktadır.

Aynı zamanda bu tesisler bölgeden bölgeye değişim gösterebilirler, uluslararası standartlarla oluşturulmuş kamp hizmetleri de bu kategoriye dahil olabilmektedir (Kurtzman ve Zauhar, 2003: 43). Kamp hizmetleri spor tesisi kategorisinin portföyünün genişlemesine olanak sağlamaktadır. Spor kamplarının genel olarak tatil köylerinde, üniversitelerde ve vahşi doğada bulunduğu bilinmekte ve çoğu spor faaliyetinin (beysbol, basketbol, futbol, tenis, jimnastik, hokey, voleybol) gerçekleşmesine de imkân tanıdığı düşünülmektedir. Sadece Amerikan Kamp Derneği'nin bile, 8500'den fazla kamp alanı olduğu tahmin edilmesi kamp tesislerin bu kategori içerisindeki konumunun önemini ortaya çıkarmaktadır (Hudson, 2003: 5-6).

#### **D) Spor Turizmi Yolculukları/Kruvaziyer/Gemi Yolculukları**

Spor turizminin yolculuk/kurvaziyer/gemi yolculukları kategorisi içerisinde spor faaliyeti yapabilme özelliği barındıran bütün gemi/tekne yolculuklarını içerisine dahil etmektedir. Kurvaziyer turizmi amaçlı seyahat eden spor turistlerine daha iyi imkanlar sağlayabilmek için; yolcu gemilerine özel ulaşım, bu yolcu gemilerinde konuklar için düzenlenmiş tenis, su kayağı, spor müsabakaları, gemi güvertesinde golf sporu etkinliği gibi imkanlar sunulmaktadır. Spor faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için deniz taşıtlarından faydalanılması bu kategoriyle birlikte düşünülmesi gereken önemli bir boyut olarak ele alınmaktadır. Buna örnek olarak; jet ski ve rekabet amacı güderek yapılan yelken yarışları gösterilebilir (Gazalova vd. 2014: 94). Spor turizmi yolculukları kategorisi pazarlama stratejisi olarak spor aktivitesi olan tekne turlarına yönelmektedir. Aynı zamanda bazı turlarda spor aktiviteleri haricinde pazarlama stratejisi olarak ünlü kişileri bu turlara konuk etmektedirler. Bunların yanında bilinen bir strateji de bu amaç için yapılan gemilerin otel görünümüne sahip olacak şekilde tasarlanması ve bu gemilerde olağan dışı spor tesisatlarına yer verilmesidir (Gazalova vd., 2014: 94; Saayman, 2012: 16).

Spor turizmi yolculukları/kurvaziyer/gemi yolculuklarının özellikleri şöyle sıralanmaktadır:

- Çeşitli alanlardaki su ortamlarında golf, şnorkel, tenis gibi spor faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için turistlerin bir bölgeden başka bir bölgeye götürülmesi.
- Spor turizmi yolculuğu esnasında, sporla ilgili uzmanlığa sahip olan kişilerin, bu uzmanlıklarından turistlerin yararlanabilmesi için yol göstermesi ve bilgilerini turistlerle paylaşması.
- Turistlere yüzme, dalış, fitness, golf(değiştirilmiş), basketbol(değiştirilmiş) gibi spor oyunları için alanların tahsis edilmesi.
- Spor turizmi yolculuğu devam ederken, uzman kişilerin sporun belli özellikleri-kuralları hakkında turistlere seminer/oturum gibi bilgilendirici faaliyetlerde yer alması (Kurtzman, 1995: 10).

Spor turizmi kurvaziyer/yolculuk/gemi yolculuklarını içeren faaliyetler, özellikler ve gerçekleştiği alanlar literatürdeki tarama sonucunda tablo haline getirilmiş ve aşağıda verilmiştir:

**Tablo 6. Spor Turizmi Yolculuk Kategorisi**

SPOR TURİZMİ YOLCULUKLARI/KURVAZİYER/GEMİ YOLCULUKLARI	
Kurtzman ve Zauhar, 1993: 32	Ritchie ve Adair, 2002:4
<p>Faaliyet kategorisi olarak ele alınmıştır:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ünlü sporcularla yapılan turistik yolculuklar,</li> <li>• Golf amaçlı yolculuklar,</li> <li>• Tenis amaçlı yolculuklar,</li> <li>• Spor amaçlı yolculuklar,</li> <li>• Sportif çekim merkezi yolculukları,</li> <li>• Yat kiralama,</li> <li>• Mürettebatsız tekne kiralama,</li> <li>• Spor amaçlı balıkçılık yolculukları.</li> </ul>	<p>Faaliyet genişliği olarak ele alınmıştır:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Spor turizmine katılım için ulaşım (örn: şnorkelle yüzme sporu amaçlı olarak büyük bariyer resifine yolculuk.),</li> <li>• Teknede sportif faaliyet amaçlı sağlanan spor tesisleri,</li> <li>• Spor alanında uzman kişilerin konferans düzenlemeleri.</li> </ul> <p>Ritchie ve Adair bahsi geçen faaliyetleri insan yapımı ya da doğal olarak nitelendirmişlerdir.</p>
Kaynak: Ritchie ve Adair, 2002: 4; Kurtzman ve Zauhar, 1993: 32.	

Turistlerin hedeflenen spor yer ya da merkezlerine ulaşımını kolaylaştırmak için özel araçlar sağlanmaktadır. Buna örnek olarak Fly&Cruise programlarının gemiye ulaşım sağlanabilmesi için hem hava hem de deniz taşımacılığı yapması gösterilebilir (Saayman, 2012: 16).

### **E) Spor Turizmi Turları/Gezileri**

Spor turizmi turları kategorisi sporla ilgili cazibe/çekim merkezi ziyaretleri, stadyumlar gibi merkezlerin ziyaretlerinin yanı sıra; bir ya da iki hafta süreli planlanmış, farklı destinasyonları dahil eden ve bu destinasyonlardaki spor turizmi etkinliklerine ya da spor amaçlı turizm faaliyetine katılma amacı güden spor oyunlarını alanına dahil etmektedir. Spor turizminin bu kategorisinde faaliyet gösteren spor şirketlerinden bazıları, kişileri ortak ilgi grupları halinde birleştirerek bu alanda hizmet verirken bazı spor turu şirketleri ise konferans, eğitim turları veya açık havada yapılan macera sporu turizmi alanında hizmet vermektedirler. İlgili kategorinin çok sayıda turist çektiği

düşünülmektedir. Fakat bu durum spor etkinliğine göre değişken bir hal alabilmektedir, çünkü bir takım spor etkinlikleri diğer etkinliklerden daha fazla izleyiciye yönelik olmaktadır (Gozalova, 2014: 94).

Spor turlarının genel özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- Spor turizmi çekici/cazibe alanlarına (spor müzesi, stadyum, arena vb.) ziyaretlerin bir ya da birden daha fazla ziyaretin gerçekleşmesi.
- Büyük spor faaliyetlerine (dalga havuzları, spor olayları) ve spor turizmi çekim alanlarına ziyaretler.
- Çalıştay, forum, konferans ve spor etkinliklerine (olimpiyatlardan önce düzenlenen bilimsel kongre vb.) katılım sağlanması.
- Turistlerin değişiklik gösteren nedenlerle (estetik ya da fiziksel) bir destinasyonun doğal özelliklerini dahil eden turlar düzenlenmesi. Örneğin: bisiklete binmek, kano ya da doğada gerçekleşen yürüyüş faaliyeti (Kurtzman ve Zauhar, 2003: 44).

Spor turizmi turları kategorisi, beş faaliyet kategorisinin içerisinde en kapsamlı olan kategori olduğu yorumunu yapmak mümkün olacaktır. İçerdiği etkinlikler bakımından diğer faaliyet kategorilerini de dahil ettiği düşünülmektedir. Bir spor turu; tesis, çekicilik, yolculuk ve olay kategorilerini de dahil ederek gerçekleştirilebileceği izlenimi vermektedir.

### **1.3.3. Spor Turizmi Etkileri**

Spor organizasyonlarının gerçekleştiği ülke ya da bölgelerde, bu spor organizasyonları spor turizminin üzerinde ekonomik, çevresel, toplumsal vb. birçok etki yaratmaktadır. Spor organizasyonuna katılan turistler destinasyona para, farklı kültür, yenilik getirmekte, gitmiş olduğu destinasyondan ise bunların karşılığında hizmet beklemektedir. Bu organizasyonların oluşturmuş olduğu yeni iş olanakları bir kesim tarafından olumlu bulunurken, başka bir kesim toplumsal sorunların meydana geldiğini ve destinasyonun çevresel olarak zarar gördüğünü düşünmektedir (Akın, 2018: 125). Schwark (2007: 120) spor turizminin etkileri kapsamında, ölçülebilecek üç temel özelliğinin olduğunu belirtmiştir.

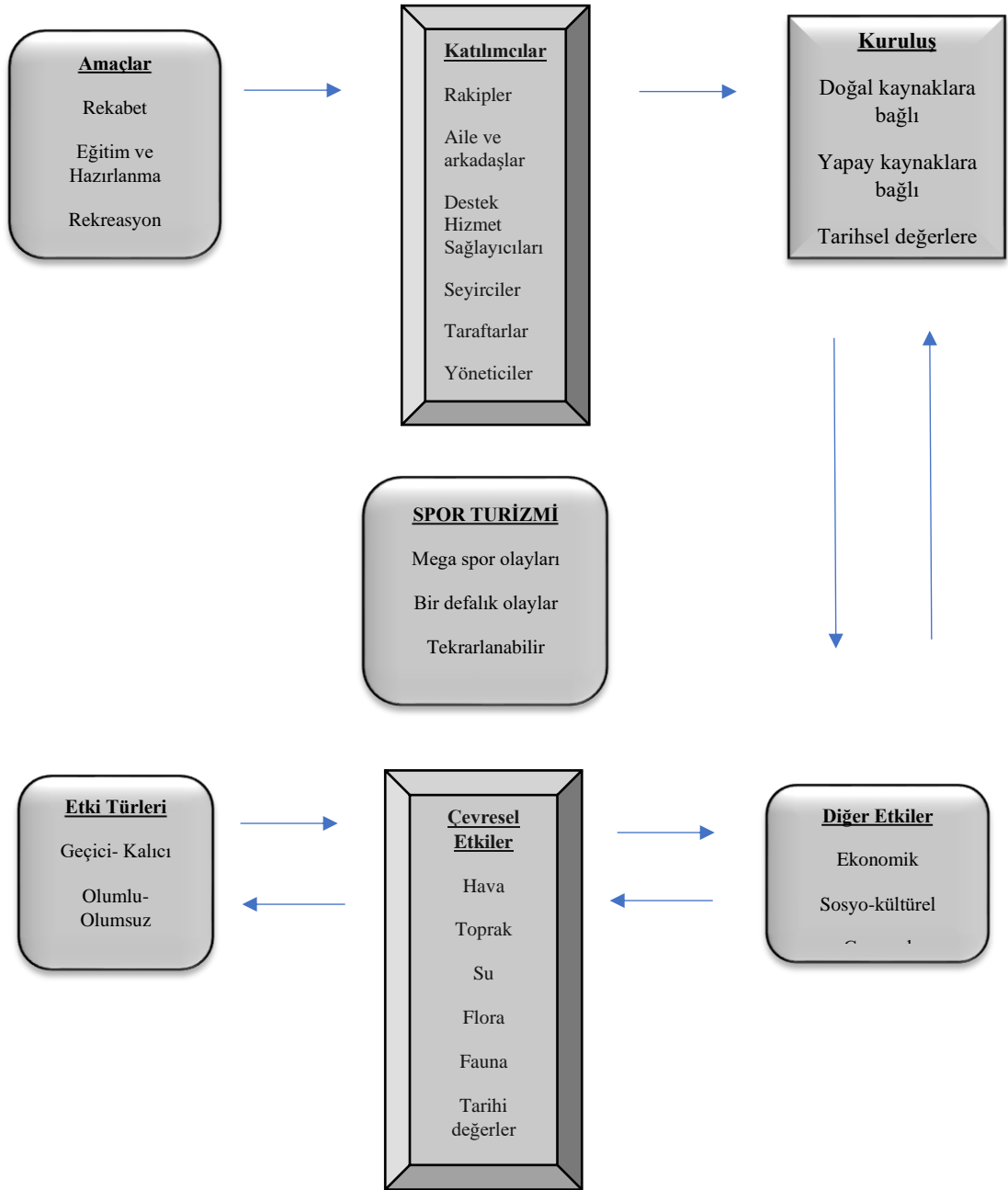
**Tablo 7. Spor Turizminin Ölçülebilir Etkileri**

	<b>Dar Anlamda Spor Turizmi</b>	<b>Geniş Anlamda Spor Turizmi</b>	<b>Spor Turizmi Kapsamına Girmeyen</b>
<b>Kültürel İlişkiler</b>	Destinasyona özgü spor ve hareket kültürlerini kavrama, sahiplenme	Taklit etmeyi içeren 'saf' olanı uygulamak	Kendi spor kültürünün dönüşümünü paralel kültür halinde yerleştirmek
<b>Sosyal İlişkiler</b>	Yerel olarak destinasyonda ikamet eden topluluk ile iş birliği içerisinde olma	Yerli topluluk ile hizmet ilişkisini sağlamak	Benzer kültürleri bölümlere ayırma
<b>Doğa ile İlişki</b>	Antropolojik olarak oluşturulmuş (kültürel manzaralar dahil) doğal varlıkların uluslararası geniş boyutlara getirilmesi	Fonksiyonel olarak kullanmak, kazanmak	Doğal ve kültürel peyzajın alandaki işlevi

Kaynak: Gelsenkirchen, 2007: 119.

Tablo incelendiğinde spor turizminin etkilerinin üç alanda (kültürel, sosyal, ekonomik) toplandığını görmek mümkündür. Kültürel ilişkiler incelendiğinde gidilen yerin kültürünün benimsenmesi, kendi spor kültürünün entegre edilmesi, taklit etme unsurlarını içerdiğini, sosyal ilişkilerin daha çok yerel halk ile anlaşma içerisinde olmanın ön planda olduğunu, doğa ilişkilerinin ise doğal ve kültürel spor turizmi varlıklarını içerdiğini söylemek doğru olacaktır. Spor turizminin etkilerinin daha açık ve net bir şekilde anlaşılması için aşağıdaki şekle yer verilmiştir.

**Şekil 3. Spor Turizminin Etkileri**



Kaynak: Akın, 2018: 126.

Şekilde spor turizminin etki ettiği alanlar, etki ettiği süreler birbiriyle bağlantılı olarak verilmiştir. Spor turizminin etki türleri geçici-kalıcı, olumlu-olumsuz, sürekli-belirsiz olarak ifade edilmiştir. Spor turizminin etki ettiği alanlar ise genel olarak çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik olarak üçe ayrılmıştır.



### 1.3.3.1. Spor Turizminin Ekonomik Etkileri

Dünya genelinde spor turizmi etkinlikleri giderek bölgesel ekonomik kalkınmayı sağlamak için bir araç haline gelmeye başlamıştır (Freeman, 2015: 1). 2014 yılı verilerine göre yaklaşık 1,2 trilyon dolara yakın bir büyüklüğe erişen turizm sektörü içerisinde sporun almış olduğu pay 180 milyar dolar olduğu bilinmektedir. Global anlamda turizmin büyüme oranı yüzde dört civarındayken, spor turizminde bu oran yüzde 14 civarına kadar ulaşmıştır. Aynı zamanda sportif faaliyet amaçlı seyahat eden turistlerin, diğer turistlerin iki katı kadar harcama yaptığı görülmüştür (Türsab, 2014). 2006-2014 yılları arasında 90 milyon kişinin ise olimpiyatlar, dünya kupası gibi mega spor etkinliklerine katılma amaçlı seyahat etmesi ve spor amaçlı yurt dışına giden kişilerin, gittikleri ülkelerde yaptıkları harcama miktarının 10 milyar dolara ulaştığı tahmin edilmektedir (Türsab, 2014). Spor turizminin turizm sektörü içerisindeki konumuna bakıldığında, ortaya çıkan rakamlarla birlikte spor turizminin turizm sektörüne ekonomik anlamda destek verici bir pozisyonda olduğu yorumunu yapmak mümkündür. Mega etkinliklere ev sahibi olan ülkeler ya da şehirler bazında düşünüldüğünde ise bölgesel kalkınma için adeta bir katalizör görevi gördüğünü söylemek yanlış bir ifade olmayacaktır. Fakat spor turizmine konu olan mega etkinliklerin sadece olumlu sonuçlar doğurduğunu düşünmek yanlış olacaktır. Daniels (2007: 332), spor turizmine konu olan etkinliklerin her bölge ya da ülkede aynı etkileri yaratmadığı görüşünü savunmakta, olimpiyatlar gibi büyük etkinliklere ev sahipliği yapmanın bölgelere göre farklılık göstereceğini, bölgelerin birbirinden farklı ekonomik özellikler göstereceğini söylemektedir. Bu bağlamda yapmış olduğu çalışmada birbirine çok yakın olan iki ilçede düzenlenen turnuvalardaki ekonomik etkilerin analizini gerçekleştirmiş ve biri diğerinden büyük olan ilçede iki kat daha fazla ekonomik etki yaşandığı sonucunu ortaya koymuş ve bu düşüncesini kanıtlamıştır.

Olimpiyat gibi büyük etkinliklere ev sahipliği yapmanın oldukça masraflı bir iş olduğu bilinmektedir. 1992 yılından 2016 yılına kadarki zaman diliminde gerçekleşen yaz ve kış olimpiyatlarının maliyetleri ve fazladan ortaya çıkan maliyetler, gerçekleştiği yerler ve türleriyle birlikte dolar cinsinden aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 8. 1992-2016 Yıllarında Gerçekleşen Olimpiyatlar ve Maliyet İstatistikleri**

Olimpiyatlar	Türü	Yılı	Maliyet (Milyar \$)	Fazladan Ortaya Çıkan Maliyet (%)
Rio de Janeiro	Yaz	2016	4,58	%51
Sochi	Kış	2014	21,89	%289
London	Yaz	2012	14,96	%76
Vancouver	Kış	2010	2,54	%13
Pekin	Yaz	2008	6,81	%2
Turin	Kış	2006	4,37	%80
Atina	Yaz	2004	2,94	%49
Salt Lake City	Kış	2002	2,52	%24
Sydney	Yaz	2000	5,03	%90
Nagano	Kış	1998	2,33	%56
Atlanta	Yaz	1996	4,14	%151
Lillehammer	Kış	1994	2,23	%277
Barcelona	Yaz	1992	9,69	%266

Kaynak: McCharty, 2016 (forbes.com).

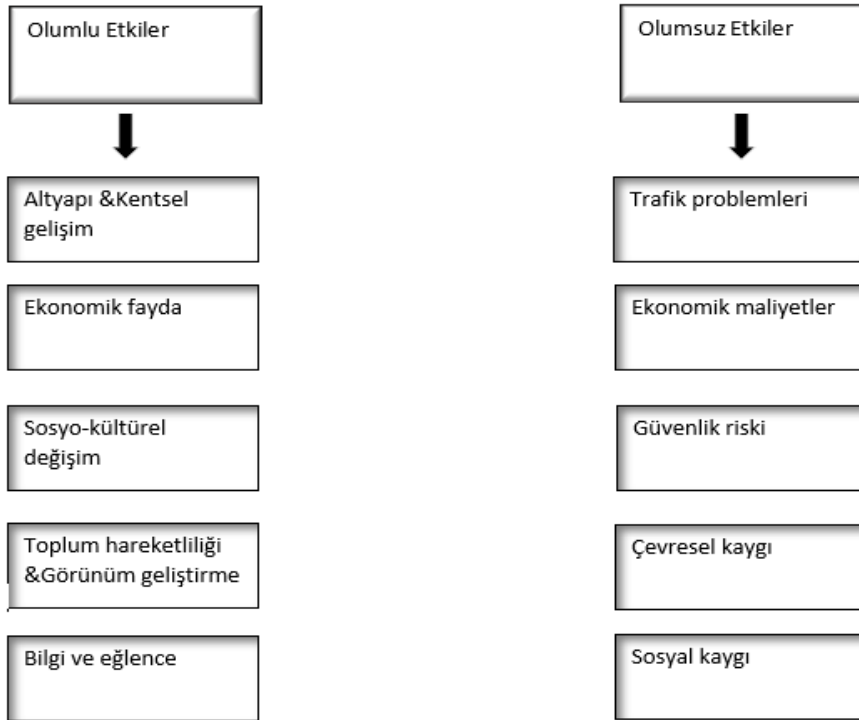
Yukarıda verilen olimpiyat örneklerine ek olarak, 2018 yılında düzenlenen Pyeongchang Kış Olimpiyatları da verilebilir. Pyeongchang Kış Olimpiyatları Güney Kore'ye 8 milyar dolara mal olması beklenirken 13 milyar dolara mal olmuştur (sportuptr.com). Tabloda verilen olimpiyatlar ve Pyeongchang Olimpiyatları değerlendirildiğinde olimpiyatlar için hedeflenen maliyet tutarının genel olarak üzerine çıktığı görülmektedir. Özellikle Rusya'da düzenlenen Sochi Olimpiyatı planlanan maliyetin neredeyse on katı olarak kayıtlara geçmiştir. Bu durumun, olimpiyat yapılan destinasyonun giderlerinden fazla geliri olmadığı takdirde olumsuz ekonomik sonuçlar yaratacağı tahmin edilmektedir. Bu nedenle büyük spor faaliyetleri düzenlenmeden önce ev sahibi destinasyon seçilirken belli kriterlere uyulması ve bu tarz mega etkinliklerin masraflarının düşürülmesi gibi önlemler alınması spor turizminin olumsuz ekonomik etkilerinin azaltılması ya da ortadan kaldırılması adına uygun bir adım olarak düşünülmektedir.

### 1.3.3.2. Spor Turizminin Sosyokültürel Etkileri

Turistler buldukları konumdan farklı yerlere gitmekte ve gittikleri yerlerde yeni ilişkiler kurmakta ve o bölgenin toplumuyla temas halinde bulunmaktadır. Gittikleri konumu sosyal olarak etkilemekte ve aynı zamanda sosyal olarak etkilenmektedirler. Turizmin insani ilişkilere dayalı bir sektör olmasından dolayı kültürler arası farklılıklar yaşanmakta ve bu da turizmin sosyal etkilerinin doğal karşılanmasına neden olmaktadır (Gürbüz, 2002: 53).

Turizmin sosyal etkileri kimi zaman olumlu kimi zaman ise olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Kim vd., tarafından yapılan araştırmada turizmin sosyal etkileri olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Aşağıda bu etkilere yer verilmiştir:

**Tablo 9. Turizmin Sosyal Etkileri**



Kaynak: Kim vd, 2015: 24.

Turizm olayında sosyal etkilerin olumlu yönleri olduğu gibi olumsuz yönleri de vardır. Özellikle büyük spor etkinliklerinde potansiyel negatif sonuçlar mevcut olmasına karşılık, bu etkinliklere olan talep devam etmektedir. Ekonomik etkilerin aksine sosyal etkilerin ölçülmesi daha karmaşık olabilmektedir. Bu nedenle büyük spor etkinlikleri planlanırken algılanan faydaları ve maliyetleri göz önünde bulundurarak organizasyon sağlanmalıdır (Kim vd., 2015: 21).

2006 Futbol Dünya Şampiyonasına ev sahipliği yapan Münih'te yerel halk üzerinde bu organizasyonun algılanan etkileri üzerine bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada kentsel dönüşüm, artış gösteren güvenlik duygusu, pozitif taraftar davranışı ve organizasyonu çevreleyen atmosfer açısından algılanan etkilerin yerel halk üzerinde büyük oranda olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir. Suç artışı ve yerel halkın yerinden alıkoyulması gibi etkilerin daha az katılımcı tarafından algılandığı sonucuna ulaşılmıştır

(Ohmann vd., 2006: 129). Benzer şekilde Safranbolu'da da turizmin sosyal etkilerini ölçmeye yönelik yapılan bir araştırmada kişilerin büyük bir kısmı (%87) turizmin sosyal çevreyi olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Turizm faaliyetlerinin o bölgede gerçekleşmesinin hayat şartlarının pahalı olmasına yol açması da araştırmada elde edilen olumsuz sonuçlar arasındadır (Gürbüz, 2002: 58).

Ülkemizde 1967 yılında meydana gelen Kayseri Stadyum Faciası spor turizmi alanındaki olumsuz örneklerden birisidir. 11 Eylül 1967'de gerçekleşen Kayseri Spor ve Sivas Spor arasında gerçekleşen maçta 43 kişi hayatını kaybetmiş ve yüzlerce insan da yaralanmıştır. Sivas Spor taraftarları şehrin dışında durdurdukları Kayseri plakalı araçları ateşe vermişlerdir. (Haberturk.com). Bu tarz olumsuz sosyal etkiler göstermektedir ki turizm olayları ve turizm temelli spor etkinlikleri olabildiğince titizlikle planlanmalı ve oluşabilecek muhtemel negatif etkilerin önüne geçilecek şekilde organize edilmelidir. Spor turizminin sosyal etkileri genel olarak değerlendirildiğinde olumlu etkilerinin daha ağır bastığı görülmüştür. Spor turizminden elde edilecek sosyal etkinin maksimum düzeye çıkarılması hem spor turizmi ve hem de organizasyonun gerçekleştiği yerdeki yerel halk açısından önem arz ettiği düşünülmektedir.

### **1.3.3.3. Spor Turizminin Çevresel Etkileri**

Turizm ve çevre ortak bir çerçevede değerlendirilmesi gereken kavramlardır. Çevre, turizme kaynaklık eden bir pozisyonda iken turizmin en büyük etkisi de çevreye olmaktadır (Demir, 2002: 93).

Turizm sektörünün hammaddeleri doğal, tarihi, coğrafi, çevresel zenginlikler ve güzelliklerdir. Bir destinasyonda turizmin devamlılığının sağlanması ham maddelerin de devamlılığına bağlıdır. Bir ülkede ya da bölgede turizmin gelişmesi, turizmin sürekliliğinin sağlanabilmesi adına çevreye olan ilgi artışına da neden olacaktır (Yıldız ve Kalağan, 2008: 43). Doğa ve çevre ile ilgili kaynakların turizmin gelir yaratıcı ürünleri olarak değerlendirilmesi mümkündür. Özellikle spor turizmi alanında doğanın direkt olarak kullanımı gerçekleşebilmektedir. Bundan dolayı spor turistlerinin doğayı olumsuz etkileme ihtimalinin olumlu etkileme ihtimalinden daha fazla olduğu öngörülmektedir (Şahin Ören, 2018: 26). Turizmin ve dolayısıyla spor turizminin çevre üzerinde olumsuz etkiler yaratmasını engellemeye karşı önlemlerin alınmaması, turist ağırlayan destinasyonun turizm arzının büyük bir bölümünü oluşturan doğal varlıklarını kendisinin yok etmesine müsaade ettiği anlamına gelmektedir. Farklı bir deyişle turist ağırlayan

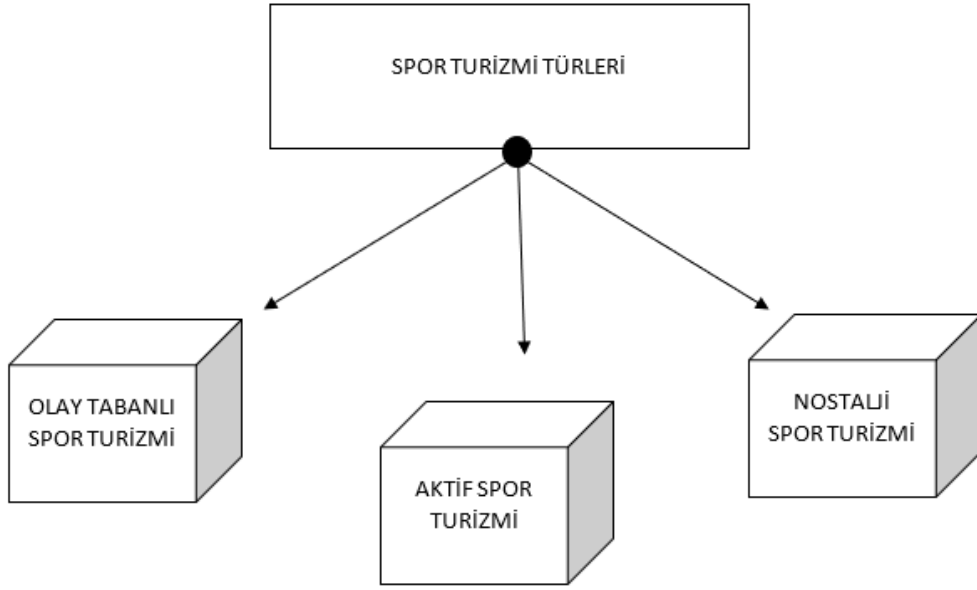
bölge de turistik ham madde kaynaklarını tüketerek turizm sektöründen elde edeceği kültürel, ekonomik ve sosyal faydalardan da vazgeçmiş olması söz konusu olacaktır (Yıldız ve Kalağan, 2008: 44). Buradan anlaşıldığı üzere turizmin çevreye verdiği negatif etkilere en aza indirgeyebilmek hem turizmin hem de çevrenin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. Olumlu etkiler olumsuz etkilerin önüne geçtiğinde ise sürdürülebilirlik açısından sağlıklı sonuçlar doğuracağı açıktır.

#### **1.3.4. Spor Turizmi Türleri**

Günümüzde kişilerin aktif tatil bilincinin artmasından dolayı spor ve turizm arasındaki ilişkinin değeri giderek artmaktadır. Turistler yeni ve farklı spor aktivitelerine katılarak tatil deneyimlerini ve ufuklarını genişletmek istemektedirler. Bu artış ve istekler spor turizmi alanını popüler bir alan haline getirmektedir (De Knop, 1998: 36, Perić, 2010: 197).

Spor turizmi olgusu popülerliğini olimpiyat oyunları, şampiyonalar gibi etkinliklerin dünya genelinde ses getirmesi ile kendini kanıtlama fırsatına sahip olmuştur. Aynı zamanda spor düşününü kişilerin sevdikleri takımları, spor alanındaki yıldızları takip etmesi spor turizminin popülerliğine katkı sağlamıştır (Kurtzman ve Zauhar, 1993: 30). Aslında spor faaliyetlerine katılmak ile spor faaliyetlerini izlemek için seyahat etmek, eski olimpiyat oyunlarına kadar dayanmaktadır. Fakat son zamanlarda spor turizminin potansiyeli uzmanlar tarafından fark edilmesinden sonra önem kazanmaya ve bu alan takip altına alınmaya başlanmıştır (Delpy, 1998: 23). Bu alanda çalışmalar yapan bilim insanları spor turizmini üç tür olarak kategorize etmişlerdir. Spor etkinliklerini seyir amaçlı seyahat etmeye olay tabanlı spor turizmi, spor faaliyetine katılma amaçlı seyahat etmeye aktif spor turizmi, ünlü spor tesisleri, stadyum, arena ve spor çekim merkezlerini ziyaret etme amaçlı spor turizmini de nostaljik spor turizmi olarak nitelendirmişlerdir (Akın vd., 2016: 1934). Bahsi geçen spor turizmi türleri aşağıdaki şekilde açık bir şekilde ifade edilmiştir.

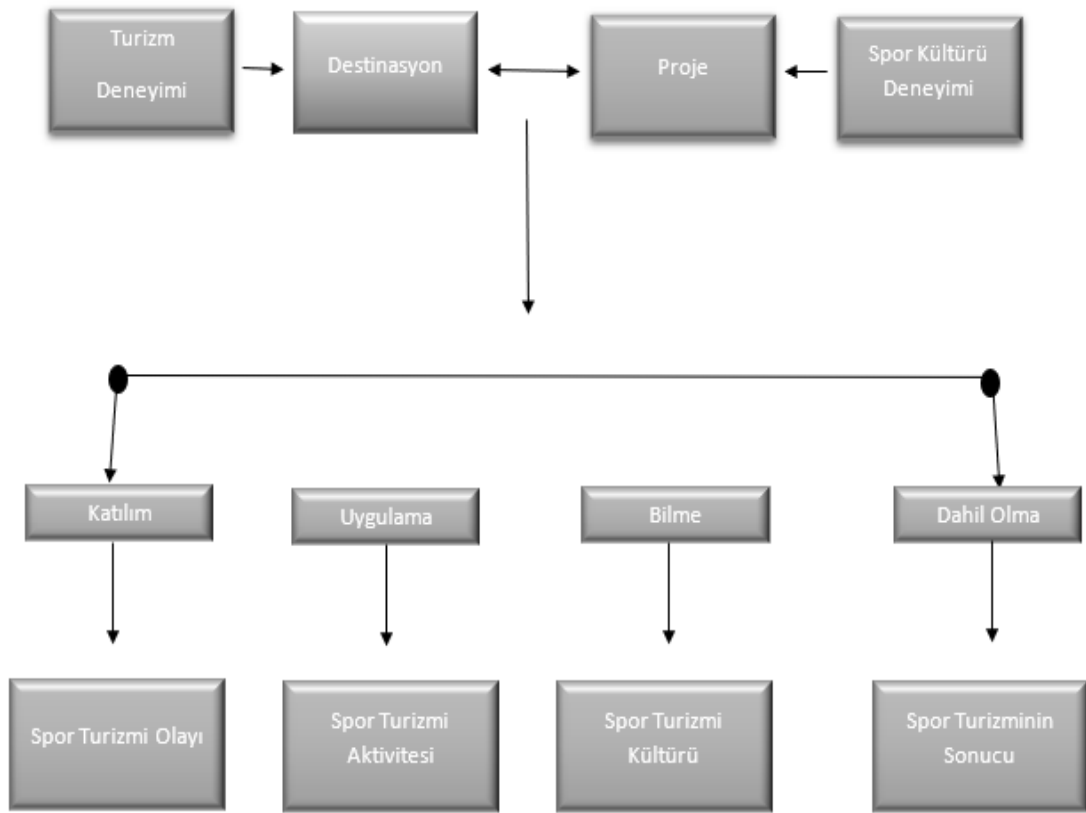
**Şekil 4. Spor Turizmi Türlerinin Sınıflandırılması**



Kaynak: Akın vd., 2016: 1934.

Pigeasso (2004) ise spor turizmi türleri kapsamında, spor turistlerinin davranışlarını içeren bir model ortaya koymuştur. Aşağıda bu modele yer verilmiştir:

**Şekil 5. Spor Turizmi Davranış Prototipi**



Kaynak: Pigeassou, 2004:288.

Şekil incelendiğinde turizm deneyiminin destinasyonu, spor kültürünün projeyi ifade ettiğini görmek mümkün olacaktır. Proje, spor kültür deneyimini başlatan ya da yaşatan sportif faaliyeti göstermektedir. Destinasyon ile proje spor etkinliğine fiziksel olarak katılmayı; aktif spor turizmini içermektedir. Aynı zamanda spor olayını izleme amaçlı katılım gösterilen müsabaka sporları turizm faaliyetlerini içermektedir. Bir spor dalının geçmişini bilebilmek, bununla alakalı olarak kültürel alt yapı oluşturulması amacı ile turizm faaliyetlerine katılmayı; nostalji spor faaliyetlerini içermektedir. Dahil olma ise sporcuların örgütlenmesini sağlayan, organize eden eğitici ve yöneticilerinin turistik faaliyete katılmasını temsil etmektedir (Şahin Ören, 2018: 12).

Pigeasso (2004), Turizm ve sporu birleştiren dört ana davranış türü olduğunu belirtmiştir:

- *Fiziksel Anlamda Etkin olma/ Spor Aktivitelerinin Uygulanması*: Bu davranış türü, etkin olarak spor hareketliliğine katılmayla belirlenmektedir. Ancak bu davranış fiziksel hareket ile sınırlandırılmaz. Yani bir anlamda fiziksel hareketlilik başlatıcı bir etken ve deneyime araç rolündedir. Kuzey Amerika'daki literatür incelendiğinde bu davranışın diğer spor turizmi biçimlerinin aksine aktif spor turizmi olarak nitelendirilmektedir.
- *Hedefi Spor Olan Bir Etkinliğe Katılma/ Yarışma, Sergi gibi Faaliyetlere Katılma*: Bu davranış türü bir sportif etkinliğe katılmayı içermektedir. Burada gerçekleşen duruma duygusal ve duygusal yaklaşım olması gerekmektedir.
- *Spor Kültürünün Tarihinin ve Modern Spor Kültürünün Bilinmesi ya da Hatırlanması*: Bu davranış spor kültürünün bilişsel yönünü yansıtmaktadır. Aynı zamanda entelektüel bir merak duygusu, kültürel olarak zenginleşme ve bir tutkuyu harekete geçirme gibi özellikleri vardır.
- *Spor Yönetiminde Sonuçlar*: Bu davranış, spor kulübü ya da eğlence olan spor dünyasında bir sonuç ile karakterize olarak düşünülmektedir. Bu kısımda ele alınan spor yönetiminden sorumlu olan kişiler, eğitim verenler, koçlar vb. kişilerin toplantı, kongre ve aktiviteler sebebi ile turistik spor etkinliğine katılma olasılıklarını içermektedir.

Bu dört kategorinin her bir tanesi turizm alanının kendisinden türetilmiştir. Spor turizminin temelleri yalnızca spor faaliyetlerinde kullanılan kategoriler ile sınırlandırılmaması gerekmektedir. Spor turizminin temelleri daha geniş ve genel davranış kategorileri kapsamında değerlendirilmelidir. Ancak bu şartlar sağlandığında spor turizmi, turizm alanında bir araştırma konusu haline gelebilir. (Pigeassou, 2004: 289). Bu davranış türlerinin bilinmesi spor turizminin türlerinin anlaşılmasını kolaylaştıracak, spor ve turizm arasındaki ilişkinin anlamlandırılmasına katkı sağlayacaktır.



### 1.3.4.1. Aktif Spor Turizmi

Kişilerin kendi istekleri doğrultusunda sportif etkinliklere katılma amacı güderek bir yerden başka bir yere yapmış oldukları turizm ve spor alanlarını içeren seyahatler aktif spor turizmi kapsamına girmektedir. Aktif spor turizmi katılımı çok geniş sportif etkinlikleri kapsamaktadır. Golf, tenis, kayak gibi spor branşları bu spor turizmi kategorisine girmektedir (Albayrak, 2013: 188).

Gibson (1998: 157-162) aktif spor turizmine katılan kişilerin genellikle kayak, tenis ve golf faaliyetlerine katılmak için seyahat ettiğini doğrulamaktadır. Ancak balıkçılık, tüplü dalış, dağ bisikleti gibi aktif spor faaliyetlerinin de ABD' de popüler olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda aktif spor turizminin diğer türlerden farklı olarak sadece tatil yapma eğilimini değil, tatil türünü de etkilediğini, aktif spor turizmi konu olduğunda cinsiyet, sınıf gibi faktörlerinde etkili olduğunu söylemektedir. Bu spor türüne katılım gösterenleri iki grupta ele almak mümkündür. Birincisi boş zaman aktivitesi olarak spor faaliyetleriyle ilgilenen aktif katılımcılar, ikincisi ise spor faaliyetleriyle amatör ya da profesyonel olarak ilgilenenlerdir. Aktif spor türü ile ilgilenen kişiler genel olarak spor faaliyetini odak noktasına alarak ona yoğunlaşmakta ve odak noktasına getirdikleri bu spor türünü sağlıklı yaşamın koşulu olarak görmektedirler.

Aktif spor turizmi katılımcılarının özellikleri şöyle sıralanabilir:

- Genel olarak cinsiyetleri erkektir.
- Gelir düzeyleri yüksektir.
- Eğitim seviyeleri yüksektir.
- Aktif spor turizmi katılımcıları, ilgilendikleri spor faaliyetine katılma maksadıyla uzun mesafeli yolculukları sevmekte ve bu yolculuklara karşı istek duymaktadırlar.
- Aktif spor turizmi katılımcıları, bir kerelik tatil değil de tekrarı olan faaliyetler ile ilgilenmeyi tercih etmektedirler.

Yüksek bir olasılıkla yaşları ilerlediğinde de aktif spor turizmi ile ilgilenmeye devam edeceklerdir (Akın, 2018: 123).

Şimdiki zaman göz önünde bulundurulduğunda aktif spor turistleri için oldukça fazla gelişme yaşandığı görülmektedir. Rekreatyonel etkinlikleri de kapsamına da dahil

eden ‘aktif tatiller’ son 15-20 yıl içerisinde oldukça yaygınlaşmış, klasik turizm türlerinden dinlenme turizmine bir seçenek olarak görülmeye başlanmıştır. Kişilerin bilgi ile kültür düzeyindeki artışların yaşanması kişileri keşif, araştırma ve aynı zamanda harekete dönük kişiler haline getirmekte, bir yandan da sağlıklı yaşamın gereği olarak hareketli yaşantının tıp uzmanları tarafından önerilmesi aktif spor tatillerinin ana motivasyon kaynağı haline gelmiştir Aktif spor turizmi yeni bir tür olarak değerlendirilse de tarih tam tersini ispatlamaktadır. Bunun nedeni M.Ö 776 yıllarında Zeus’u onurlandırmak adına spor yarışmalarına katılmak için seyahat eden kişilerin olduğunun bilinmesidir. Aynı zamanda bu konuda yapılan araştırmalara göre tarih boyunca toplumda gelir düzeyi yüksek kişilerin favori spor faaliyetlerini takip etmek, seyretmek için seyahat ettiklerinin bilinmesi bu görüşü desteklemektedir. Eski Yunanistan’da düzenlenen olimpiyat oyunlarına katılmak ya da izlemek için seyahat etmekte bu türün bir örneğidir. Fakat sanayileşme döneminde ağır iş ve çalışma şartları boş zaman faaliyetlerine engel olmaktadırken daha sonraki yıllarda sanayileşmenin daha refah koşullara ulaşılmasını sağlaması boş zaman sağlayarak turizmin gelişmesine olanak vermiş ve bu durum uzun yıllar boyunca endüstri çağının yorgunu olan kişilerin dinlenme amacına yönelik olarak konumunu 1990’lı yıllara kadar sürdürmüştür. Bu yıllardan sonra kişilerin boş zaman oranının iyice artış göstermesi ve bilinçlenmeleri nedeniyle aktif turizme ve genel olarakta spor turizmine yönelmelerine neden olmuştur (Akın, 2018: 123, İçöz, 2008: 31).

#### **1.3.4.2. Olay/Faaliyet Temelli Spor Turizmi**

Olimpiyat oyunları, dünya kupaları, festivaller gibi spor organizasyonlarının içerisinde yer aldığı bir spor turizmi türüdür. Modern olimpiyatların kökeninin M.Ö 776 yılında gerçekleştiği düşünülürse bu spor turizmi türünün oldukça eski tarihlere dayandığını söylemek mümkün olacaktır (Albayrak, 2013: 187-188, Sofield, 2003: 148). Kişileri spor olaylarına katılmaya teşvik eden olimpiyat oyunları, festivaller gibi büyük sportif olayların dışında daha küçük çaplı spor olayları da bulunmaktadır (Akın, 2018: 122). Sofield (2003), spor olaylarını sınıflara ayırmış ve bu olaylara örnekler vererek bir örnek model ortaya çıkarmıştır. Aşağıda bu sınıflandırma sırasıyla verilmiştir:

*Mega Olaylar:* Dünya çapında gerçekleşen olayları kapsar, her sene değil; periyodik olarak düzenlenmektedir. Olimpiyat oyunları ve futbol dünya şampiyonaları dört sene bir düzenlendiğinden dolayı bu olaylara örnek gösterilebilir.

*Ayrırt Edici (Hallmark) Olaylar:* İçerdiği etkinlikler sınırlı olup tek temayı ele alırken, yıllık olarak düzenlenebilen olaylardır. Fransa’ da düzenlenen bisiklet turları ve İngiltere tenis dünya şampiyonası bu olaylara örnek teşkil etmektedir.

*Uluslararası Olaylar:* Birden fazla ülkenin katılması mümkün olan, senelik olarak ya da periyodik olarak düzenlenebilen olaylardır. Örneğin: Almanya Voleybol Şampiyonası 2002, Çin Kadın Basketbol Şampiyonası 2002.

*Ulusal Olaylar:* Bu olay türünde etkinlik ya da festivaller tek bir ülkeyi içermektedir. İlgili ülkenin hükümeti ya da bu olayları düzenlemeden sorumlu kabul edilen kuruluşu tarafından düzenlenmektedir. Ulusal öneme sahip günlerde düzenlenen spor organizasyonları bu olay türünün tipik bir örneğidir. Örneğin: Yeni Zelanda ve Avusturalya’ da Anzak Gününün karnavalla kutlanması.

*Bölgesel Olaylar:* Bu olaylarda spor olayları sadece bir ülkeyi içermektedir. İlgili ülkenin spor organizasyonlarını düzenlemekle mükellef organı tarafından düzenlenmektedir. Avusturalya’nın her spor dalında şampiyonlar seçmek için yıllık olarak düzenlediği organizasyonlar bu olaylara örnek olarak gösterilebilir.

*Yerel Olaylar:* Kasaba, şehir çapında düzenlenen ve tabiatı gereği diğer olay türlerinden küçük çaplı olarak meydana gelmektedir (Sofield, 2003: 151-152).

Dünyanın her yerinde bu tür spor olaylarına katılmak için seyahat eden insanlar vardır. Bu insanlar spor ekipleri ya da kişisel sporcuların taraftarları konumundadırlar. Bazı zamanlar bir tur ile bazı zamanlar ise bireysel olarak bu spor olaylarına katılmak için çaba göstermektedirler (İçöz, 2008: 88). Seyahat acentaları ya da tur firmaları kişilerin spor olaylarına katılabilmeleri için özel seyahat paketleri oluşturmaktadırlar. Aynı zamanda spor, tatil, macera ve eğlence konusunda uzman olan seyahat şirketleri kişilerin isteklerine göre bir tatil paketi sunmaktadırlar (Pitts, 1999: 31). Turistlerin istekleri doğrultusunda seçeneklerin olması ve ilgilendikleri spor dalı ile ilgilenen kişilerle birlikte seyahat etmesinin müşteri memnuniyetini de artıracığı ve gidilen destinasyona geri gelme niyetine etki edeceği düşünülmektedir. Shonk (2009), ABD’ de All-Star etkinliğine katılan seyircilerden veri toplayarak yapmış olduğu çalışmasında turist memnuniyetinin spor etkinliğine ya da belirli bir destinasyona geri dönme niyetine önemli ölçüde katkısı olduğu sonucuna ulaşarak bu düşüncenin desteklenmesini sağlamıştır.

### 1.3.4.3. Nostalji Spor Turizmi

Nostalji, sosyal ve beşerî bilimler alanında birey davranışlarının farklı yönlerini anlamak ve kavrayabilmek için yaygın olarak kullanılan kavramlardan biridir. Genel anlamda bir tanım yapılacağında ‘geçmişî tekrar yaşama özlemi’ olarak tasvir edilebilir. Nostalji, kişinin hafızasıyla alakalıdır. Bunun nedeni hatırlanmayan bir geçmiş döneme özlem duyulmamasından kaynaklanmaktadır (Fairley ve Gammon, 2005: 183). Nostalji bir kişi, eser, nesne, destinasyon veya bir deneyime odaklanma eğilimi göstermektedir.

Bu faktörlerden biri ile kişi arasında deneyimsel bir bağlantı kurulduğu sürece bu faktörlerden herhangi biri nostalji olarak düşünülebilir (Kulczycki ve Hyatt, 2013: 276). Nostalji ile spor turizmi arasındaki ilişki ise son on-on beş yıl öncesine kadar ünlü spor salonlarına, müzelere, stadyum ve arenalara düzenlenen ziyaretler, tarihi eserleri görmek için spor turizmi faaliyetlerine katılmak olarak düşünülmekteydi. Fakat son zamanlarda nostalji spor turizminin sadece bu tür yerleri ziyaret etmekle sınırlandırılmayacağı düşünülmektedir. Nostalji spor turizminin kişinin spor ile alakalı bireysel deneyimlerini ve spor turizmine katılmış olmanın sağladığı grup ile yapılan seyahat deneyimini de kapsadığı düşünülmüştür (Fairley ve Gammon, 2005: 194). Gordon (2013) Nostaljinin spor turizmi tanımına nostaljik spor turizmi esnasında yaşanan deneyimin, duygular ve hafızanın da etkisi olduğunu gösteren bir tanım yapılmasını gerekli gördüğünü ifade ederek bu düşünceyi destekler nitelikte bir algı oluşturmuştur.

Sporun, kişisel ve toplumsal nostaljik hatıraları canlandırmak için uygun ve erişilebilir bir alan olduğu düşünülmektedir. Bunun sebebi ise geçmişte yaşanan büyük spor faaliyetlerinin kişiler için duygusal bir önemi olduğu bilinmesidir. Birçok devlet kişiler için duygusal önemi olan destinasyonları turist çekmek için kullanmıştır. Buna örnek olarak Amerika Birleşik Devletleri’nin iç savaş ve tarih temalı yerleri (Vicksburg, Mississippi, Gettysburg, Pennsylvania) spor turisti çekme amaçlı olarak düzenlemesini göstermek mümkündür (Fairley ve Gammon, 2005: 185, Vesey ve Dimache, 2003: 54). Nostalji spor turizmi ile ilgili açıklamalar ve görüşler değerlendirildiğinde; nostalji spor turizmi türünün yalnızca eski spor merkezleri ya da müze gibi yerlerin ziyaret edilmesi olarak algılanmaması gerektiğini, nostalji spor turizmi türünün spor turizmi amaçlı seyahat esnasında ya da varılan destinasyonda hissedilen duygular ve birlikte seyahat edilen kişilerle yaşanan olumlu ilişkilerin de işin içinde değerlendirilmesi gerektiği sonucuna varmak mümkün olacaktır.

### 1.3.5. Stratejik Hedeflerle Türkiye’de Spor Turizmi

Günümüzde, başta gelişmiş ülkeler olmak üzere spora verilen önem büyümekte ve uluslararası spor organizasyonlarında ve spor müsabakalarında ülkeler ön sıralarda yer almak için adeta birbirleriyle yarışa girmektedirler. Bunun sebebi büyük organizasyonlara ev sahipliği yapmanın ve sporda başarı elde etmenin, ülke için uluslararası saygınlık göstergesi olmasıdır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2008). Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkenin spor turizmi pastasından büyük bir pay alabilmesi, ülkenin kalkınabilmesi ve marka bir değer haline gelebilmesi için önem teşkil etmektedir. Spor turizmi kategorisinde iyi bir konuma ulaşılabilmesi için ülkemizde kamu kuruluşları ve özel kuruluşların iş birliği halinde çalışmaları, ortak fayda sağlayacak stratejiler belirlemeleri elzemdir.

Belirlenecek stratejilerin ana amacı, ülkenin bölgesel olarak, toplumsal ve ekonomik yönden gelişmesini sportif faaliyetler aracılığıyla en üst düzeye çıkarılmasını sağlamak, uluslararası spor turizmi endüstrisi içinde kalıcı bir hale gelmesini kolaylaştırmak olmalıdır (Miçooğulları, 2004: 5). Bunun yanında Spor sektöründe, devlet politikası hazırlanarak, bu politikayla uyumlu hedefler ve planlar belirlenip, bu hedeflerin ve programların gerçekleştirilmesi maksadıyla, spor sisteminin özerk bir anlayış benimseyerek yeniden yapılandırılmasının yanında finans kaynaklarının etkin, verimli ve objektif kriterlere dayalı kullanılması gerektiği düşünülmektedir (Devecioğlu, 2005: 130). Ülkemizde bu amaçlara yönelik olarak stratejik planlamalar yapılmaktadır. Bu planlamalardan bir tanesi 2023 Turizm Stratejisidir. 2023 Turizm stratejisi incelenmiş ve gerçekleşmesi hedeflenen spor turizmi faaliyetlerine yönelik maddelerle ilişki kurularak verilmiştir. Aynı zamanda tabloda spor turizmi faaliyetleri için planlanan altyapı faaliyetlerine, reklam faaliyetlerine ve bu alanda yapılması planlanan ürün çeşitlendirme yöntemlerine yer verilmiştir.

**Tablo 10. 2023 Turizm Stratejisi- Spor turizmi**

Kış Sporları	Golf Sportu	Altyapı	Turistik Ürün Çeşitliliği	Yasal düzenleme	Reklam
<p>Kış turizminin gelişmesi için, iç turizm teşvik edilecek ve gençlerin daha fazla bu spora yönlendirilmesi sağlanacaktır.</p> <p>Uluslararası standartlar dikkate alınarak kayak pistleri düzenlenecektir. Kayak alanı kapasitesine uygun yeterli ve nitelikli konaklama tesisleri planlanacaktır.</p> <p>Konaklama tesisleri ile kayak pisti arasındaki mesafeler etüt edilerek, pistlerden doğrudan tesislere ulaşılabilecektir.</p>	<p>Ülkemizin golf sporuna uygun iklim yapısı, topografik özellikleri, zengin tarihi ve kültürel yapısı değerlendirilerek golf turisti çekimi artırılabilecektir.</p> <p>Ülkemizde yeni golf sahaları üretilmektedir. Türkiye Golf Federasyonu ve Kültür Turizm Bakanlığı'nca 'golf sahası' projeleri geliştirilecek, projeler kapsamında ülkemizin geleceğe dönük turizm hedefleri de göz önünde bulundurularak golf açısından uygun alanlar tespit edilecektir.</p> <p>En az dört golf sahasının bir arada bulunacağı yerler golf sahası olarak tespit edilecektir. Golf alanları planlanarak yatırım ortamları geliştirilecektir.</p>	<p>Doğa turizm amaçlı olarak seçilen alanlarda güzergâh üzerinde yer alan mağara, şelale, ilginç ağaç ve kaya oluşumu, sportif alanlar, kamping alanları vb. çekicilikler için çevre düzenlemeleri yapılacak, başta ulaşım olmak üzere gerekli altyapılar tamamlanacaktır.</p> <p>Spor ve rekreasyon alanlarının; özellikle spor kulüplerinin antrenman alanları planlanacaktır.</p>	<p>Adıyaman, Batman, Diyarbakır, Gaziantep, Kilis, Mardin, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak, illerini kapsayan bölgenin kültür turizminin yanı sıra golf turizmi, sağlık turizmi, gençlik turizmi, eko-turizm vb. türleri ile odaklı gelişimi sağlanacaktır.</p> <p>Yayla koridoru kapsamında turizmin çeşitlendirilmesi için bu yörelerde kamp, golf, kayak, yamaç paraşütü, mağaracılık rafting, binicilik, balon, foto-safari ve bungee jumping gibi macera sporlarına yönelik planlama çalışmaları yapılacaktır.</p> <p>Kamu, özel sektör ve STK'lar ile iş birliği ile agroturizm, mağara turizmi, macera turizmi, spor turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi için eylem planları hazırlanacaktır.</p>	<p>Denizde hareket kabiliyetleri ağırlıklı olarak yelkene bağlı ve spor amaçlı yatların vergiden muaf tutulması, motorlu yatlardan ise sigorta poliçelerindeki değer üzerinden vergi alınması yönünde düzenlemelere gidilecektir.</p>	<p>İlgili valilikler ve yerel yönetimler, Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü ve Turizm Bakanlığı koordinasyonunda ulusal ve uluslararası yarışmaların düzenlenmesi sağlanacak ve tanıtım yapılacaktır.</p>

Kaynak: Türkiye Turizm Stratejisi 2023

Yukarıdaki tablo incelendiğinde kış sporları ve golf sporu turizmine ağırlık verildiği görülmektedir. Ülkemizde bu spor alanlarının potansiyel alanları incelendiğinde, bu tutumun doğru olduğu söylenebilir. Fakat tabloya bakıldığında bu spor dallarına yönelik reklam ve tanıtım alanında eksiklikler olduğu görülmüştür. Özellikle golf gibi evrensel ve potansiyelinin Türkiye'de oldukça yüksek olduğu bir spor alanında tanıtım faaliyetlerine önem verilmesinin hem ekonomik hem de siyasi anlamda fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Tabloda spor faaliyetleri ile ilgili olarak planlanan altyapı çalışmaları incelendiğinde doğa turizmine ağırlık verildiği görülmektedir. Planlanan düzenlemelerin

yapılması, destinasyonlar için alternatif turizm faaliyetlerinin ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Alternatif turizm faaliyetlerinin değerlendirildiği ve kazandırıldığı bir destinasyonda hem turist hem yerel yönetimler hem de o bölgedeki işletmeler kazanacaktır.

Turistik ürün çeşitliliği başlığını incelendiğinde ilk maddede kültür turizmi potansiyeli yüksek olan illerin sadece kültür turizmi faaliyetleri ile değerlendirilmemesi ve alternatif turizm türleriyle destekleme hedefi olduğu görülmektedir. Planlanan hedeflere ulaşıldığı takdirde belirtilen illerin tekdüze bir turizm yapısından sıyrılacağını söylemek mümkün olacaktır. Aynı yorumu ikinci maddede de yapmak mümkündür. Üçüncü maddede kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşları ile iş birliği içinde mağara, macera ve spor turizmi faaliyetlerinin yapılabilmesi için planlar hazırlanacağı belirtilmiştir. İş birliği içinde çalışılmasının planlanan hedeflerin uygulanmasında maddi yönden ve farklı görüşlerin ele alınabilmesi açısından daha faydalı ve kolay uygulanabilir olduğu düşünülmektedir.

Tablodaki yasal düzenleme başlığı incelendiğinde spor amaçlı yatların vergiden muaf tutulmasının spor turizmi ile alakası olduğu görülmektedir. Planlanan düzenleme hem yat turizmi hem de spor turizmi açısından faydalı olacağı düşünülmektedir. Fakat 2023 Turizm Stratejisinde spor ile doğrudan ya da dolaylı olarak alakalı başka bir yasal düzenleme planına rastlanmamıştır. Diğer sportif alanlara yönelik düzenlemeler yapılmasının bu alana yönelmek isteyen katılımcılar için teşvik edici olacağı düşünülmektedir.

Tablo 1’de ki reklam faaliyetleriyle ilgili yapılması hedeflenen planlara bakıldığında ulusal ve uluslararası yarışmaların düzenlenmesi ve tanıtım yapılmasının hedeflendiği görülmektedir. Bu hedefte bahsi geçen yarışmaların evrensel bir değer taşıması ve arzulanan başarıya ulaşması ülkemizin bir marka haline gelmesine yardımcı olacağı düşünülmektedir.

2023 Turizm Stratejisi spor turizmi açısından değerlendirildiğinde; hedeflenen düzenlemeler gerçekleştirildiğinde tüm taraflar için gözlenebilir, olumlu değişikliklerin ortaya çıkacağını söylemek mümkün olacaktır.

2019 Temmuz ayı içerisinde Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından kabul edilen ve resmî gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 11. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023) ile spor turizminin uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak üzere

“Türkiye Spor Turizmi Stratejisi” hazırlanması planlanmaktadır. Bu stratejinin hazırlanmasından önceki süreçte rehberlik etmesi amacıyla bir eylem planı hazırlanmıştır. Bu çerçevede Türkiye Spor Turizmi Çalıştayını kurulan altı komisyonda toplantılar gerçekleştirilmiştir. Çalıştayın kapsayıcı olması maksadıyla Gençlik ve Spor Bakanlığı ana hizmet birimlerinin yanı sıra; bilim insanları, kamu kurum ve kuruluşları, acente ve konaklama sektörü temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, belediyeler ve özel sektör temsilcileri katılmıştır (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2019).

Altı komisyonda ele alınan başlıklar:

- 1- Çevre, Planlama ve Tesisleşme
- 2- İnsan Kaynağı Yönetimi, Eğitim ve AR-GE
- 3- Örgütlenme ve Destinasyon Yönetimi
- 4- Tanıtım, İletişim ve Pazarlama
- 5- Ürün Çeşitliliği ve Sürdürülebilirlik
- 6- Yatırım, Finansman ve Teşvik

Komisyon sonuç raporları incelenmiş ve aşağıda bu raporlarda geçen görüş ve hedeflere ana hatlarıyla yer verilmiştir:

- ❖ Spor tesisleri yapılırken bölgesel faktörler göz önünde bulundurulmalıdır.
- ❖ Spor turizmine yönelik mevzuat hazırlanmalıdır.
- ❖ Spor turizmi potansiyeli olabilecek bölgeler belirlenmeli ve buralarda önemli spor organizasyonları düzenlenmelidir.
- ❖ Gençlik ve Spor Bakanlığı ile Kültür Turizm Bakanlığı iş birliği dahilinde ‘SPOR DOSTU OTEL’ konseptinin teşvik edilmesi ve yaygınlaştırılmasına yönelik olarak sertifikasyon oluşturulmalıdır.
- ❖ Türkiye Spor Turizmi Coğrafi Haritası çıkarılmalıdır.
- ❖ Spor Turizmi Stratejisi oluşturulmalı ve Türkiye Turizm Stratejisine entegre edilmelidir.
- ❖ Konaklama ve spor tesisleri engelsizleştirilmelidir.



- ❖ Federasyonların kendi branşlarına yönelik spor turizmi içerikli faaliyet gerçekleştirebilecekleri destinasyonların oluşturulması ve mevcut destinasyonların geliştirilmesi sağlanmalıdır. Örneğin; Nevşehir, Kayseri, Niğde ortak havzasında yedi ayrı spor branşına uluslararası alanda hizmet verebilecek modern pentatlon tesisi ile dağcılık ve ekstrem sporlar bakanlık tarafından desteklenmelidir.
- ❖ ‘Büyük veri’ toplanması için veri yönetim platformu altyapısının oluşturulması; yapay zekâ ve dijital öğrenme gibi güncel sistemlerin buna entegre edilmesi gerekmektedir. Kamusal, sektörel, teknolojik, davranışsal kaynakların yanında yapılacak olan pazar araştırması verilerinden elde edilecek sonuçların korunmasına azami özen gösterilerek veri yönetim platformuna entegrasyonu, bu verilerin etkin bir şekilde işlenmesi, paylaşımı ve kullanımı sağlanmalıdır. Elde edilen veriler geri besleme mekanizmaları aracılığıyla kişiselleştirilerek turizm sektörünün ürün geliştirmesi ve pazarlamasına katkı sağlayacak şekilde kullanılmalıdır.
- ❖ Türkiye’nin genel turizm pazarlaması ile spor turizmi pazarlamasının etkileşim ve uyum içinde olması hedeflenmelidir. Türkiye markasının tanıtımında Türkiye’nin spor değerlerinin kullanıldığı çalışmalar planlanmalıdır.
- ❖ Arkeolojik spor alanları ile tarihi stadyum ve tesislerin tanıtımı yapılarak geçmiş ile gelecek arasında bağ güçlendirilmelidir.
- ❖ E-spor dalının bilinirliği artırılarak bu konudaki uluslararası fırsatlar araştırılarak değerlendirilmelidir.
- ❖ Spor Turizmi politikaları tüm paydaşları ile makro ölçekte hazırlanmalı ve en az 10 yıllık projeksiyonda oluşturulmalıdır.
- ❖ Federasyonların, STK’ların, üniversitelerin ve turizm firmalarının yurtdışı fuarlara katılımları ve tanıtım faaliyetleri devlet eliyle desteklenmelidir (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2019).

Türkiye Spor Turizmi Çalıştay’ında ele alınan başlıklar ve komisyonlar tarafından hazırlanan raporlara bakıldığında spor turizmindeki verimi âtil kapasiteye ulaşabilmesi adına birtakım düzenlemeler yapılması gerektiği öngörülmüştür. Raporların 2019 yılı itibari ile yayınlanmış olması spor turizminde güncel konular ve sorunlardan yola

çıkılarak hazırlanmış olduğunu gösterir niteliktedir. Bu tarz rapor ve çalışmaların, raporda da bahsedildiği üzere spor turizmi stratejisi oluşturulmasına ve spor turizmi mevzuatı oluşturulmasına katkı sağlayacağı, bununla birlikte sektöre yönelik çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

### **1.3.6. Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği**

Medeni bir hukuk devleti olan Türkiye Cumhuriyeti'nde tüm alanlarda olduğu gibi spor turizmi de çeşitli yasal düzenlemelere tabi tutulmuştur. 27855 Sayılı Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği bu düzenlemelerden bir tanesini oluşturmaktadır. Aşağıda bu düzenleme ile ilgili çeşitli kanun maddeleri gösterilmiştir:

Madde 1: Yönetmeliğim amacı, çeşitli spor disiplinlerinin turizm faaliyeti olarak uygulanması sırasında, turizm amaçlı sportif faaliyette bulunacak turizm işletmelerinde aranacak nitelikleri belirlemek, faaliyetin güvenli biçimde sürdürülebilmesi için önlemleri almak, denetlemek ve turizmin çeşitlendirmesini geliştirmektir.

Madde 2: Bu Yönetmelik, sportif turizm faaliyetinin yapılmasına ilişkin uyulması zorunlu şartları kapsar. İlgili mevzuata uygun faaliyet gösteren spor kulüpleri ve ilgili federasyonların kendi sporcuları arasında veya başka ülke sporcuları arasında düzenleyecekleri faaliyetler, bu Yönetmeliğin kapsamı dışındadır.

Madde 5: Gerçek ve tüzel kişiler tarafından denizde gerçekleştirilecek turizm amaçlı su altı ve su üstü sportif faaliyetler için, deniz turizmi aracı işletmesi belgesi diğer faaliyet türleri için acente belgesi alınması şarttır. İkinci maddenin ikinci fıkrası hükmünde belirtilen kuruluşlarca düzenlenecek faaliyetler, tesisler bünyesinde yapılacak faaliyetler, kurvaziyer gemilerin Liman Başkanlığı'nın gösterdiği alanlarda müşterilerine yaptıracakları su üstü sportif faaliyetler ile liman haricinde koylarda seyreden özel ve ticari yatların, yatçılarına yaptıracakları turizm amaçlı su üstü sportif faaliyetlere ilişkin olarak birinci ve ikinci fıkra hükümleri uygulanmaz.

Madde 6: Spor kuralları: Sportif turizm faaliyetine konu sporun uygulanmasında, o sporun yapılması için oluşturulmuş ulusal spor federasyonları veya kuruluşlar, böyle bir federasyon ya da kuruluş yoksa uluslararası kuruluşlar tarafından belirlenmiş spor kurallarına uyulur.

Madde 7: Parkur: Sportif turizm faaliyeti, valiliklerin her yıl belirleyip ilan edeceği alanlar içinde yapılır. Bu alanların düzenlenmesi valilik tarafından yapılır. Birden

fazla il sınırlarını kapsayan düzenleme ise ilgili valiliklerin eşgüdümü ile yapılır. Parkur, her sportif turizm faaliyet türü için valiliklerce ayrı ayrı belirlenir. Özel parkur gerektirmeyen sportif turizm faaliyetleri için de ayrıca düzenleme yapılır. Parkur alanlarının belirlenmesi ve ilan edilmesinde ilgili mevzuat ile ülkemizin taraf olduğu uluslararası sözleşme, anlaşma ve düzenlemelere uyulur, bunun yanı sıra ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının görüşleri alınır.

Madde 9: (1) İşletmeler, her turizm amaçlı sportif faaliyet türü için ayrı ayrı olmak üzere, bu Yönetmelikte belirtilen şekilde valilikten izin alır. Bu izin bir yıldan az olmamak üzere talep doğrultusunda, faaliyet türü, parkur alanının genel ve özel şartları da göz önünde bulundurularak en fazla beş yıla kadar verilebilir. (2) Denizde gerçekleştirilecek turizm amaçlı su üstü ve su altı sportif faaliyetler için valilikten alınan deniz turizmi aracı işletmesi belgesi, izin belgesi yerine geçer. (3) Tesis önünde belirlenen parkurlar dışında yer alan ve bir işletmeye verilecek parkur için birden fazla işletme tarafından başvuruda bulunulması durumunda, yeterliliği uygun görülen işletmelerden altyapı hizmetlerine en çok katkı payı veren işletmeye izin verilir. Bu katkı payı Bakanlık Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü hesabına yatırılır. Helikopterli kayak (Heliski) için belirlenen parkur alanında turizm amaçlı sportif faaliyette bulunabilme izni tek bir acenteye verilir.

Madde 14 – (1) İzinsiz olarak turizm amaçlı sportif faaliyette bulunulması, işletme belgesi veya izin belgesinde belirlenen türün ve ilan edilen parkur dışında sportif faaliyet yapılması, faaliyetin yeterlilik belgesi kapsamında olmayan malzeme-araç ve personel ile gerçekleştirilmesi yasaktır.

(2) İzinsiz olarak turizm amaçlı sportif faaliyette bulunanlar, buldukları yerlerin en büyük mülki amirleri tarafından derhal faaliyetten men edilir, 30/3/2005 tarihli ve 5326 sayılı Kabahatler Kanununun 32'nci maddesi hükmü uyarınca işlem yapılır.

(3) Devlet ormanı içindeki veya ormanlara 4 km mesafede veya 31/8/1956 tarihli ve 6831 sayılı Orman Kanunu'nun 31'inci ve 32'nci maddeleri kapsamına giren köy hudutlarında, konak yerlerinden başka yerde geceleme, izin verilen ocak yerlerinin dışında ateş yakmak veya izin verilen yerlerdeki yakılan ateşi söndürmeden mahalli terk etmek, ormanlara sönmemiş sigara veya yangına yol açabilecek madde atmak yasaktır. Yasaklara uymayanlar hakkında 6831 sayılı Orman Kanunu'nun ilgili maddeleri hükümleri uygulanır.

(4) Su altı ve su üstü sportif faaliyetler deniz trafiğinin yoğun olduğu alanlarda 18/12/1981 tarihli ve 2565 sayılı Askeri Yasak Bölgeler ve Güvenlik Bölgeleri Kanunu uyarınca belirlenmiş alanlar ile 21/7/1983 tarihli ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu uyarınca belirlenmiş tarihi ve doğal sit alanlarında yapılamaz (27855 Sayılı Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği).

#### **1.4. Spor Turisti**

Spor turisti, gittiği destinasyonda 24 saat en az olmak üzere vakit geçiren, ana amacı spor turizmi etkinliklerine katılmak olan, turist olarak gidilen destinasyonu ikinci planda tutan geçici bir ziyaretçidir (Gibson, 1998: 48).

Spor turistini üç başlık altında değerlendirmek doğru olacaktır. Spor yapmak amacıyla bir destinasyona gidenler, spor organizasyonuna katılma amacıyla gidenler ve spor ile ilgili bir mekân görebilme amacı güderek gidenler olarak üçe ayırmak mümkündür (türkiyesporturizmicalistayi.gsb.gov.tr). Spor turistlerinin seyahat etme nedenleri sadece bunlarla sınırlı değildir. Turistler yeni bir macera yaşamak, yeni bilgiler edinmek ya da kendi dünyalarını zenginleştirmek amacı ile de seyahat edebilmekte ve bazı durumlarda ise spor faaliyetlerinde sunulan hizmetlerin eşsiz olması seyahat nedenleri arasına girmektedir (Perić, 2010: 197).

Spor turistlerinin seyahat süresi ve seyahat alışkanlıkları, yaptıkları harcamaların diğer turistlerden farklı olduğu ve daha aktif oldukları düşünülmektedir. Literatürde yer alan bir araştırmanın bulgularına göre spor turistlerinin, turistik organizasyonlara katılmaya, tesis içerisindeki aktivitelere katılmaya eğiliminin geleneksel turiste göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Nogawa vd., 1996: 53). Diğer bir yandan spor turistleri gün geçtikçe artan hizmetlere duyarlı bir hale gelmekte ve her zaman kaliteli, uygun hizmet talep etmektedirler. Bunun sonucunda spor turizmi destinasyon turizm yönetimleri turistlerin artış gösteren beklentilerini karşılayabilmek ve gün geçtikçe gelişen turizm pazarı koşulları karşısında ayakta kalabilmek için hizmet kalitesi kavramını iyice anlamalı, analiz etmelidir. Aynı zamanda destinasyonun güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek buna göre bir yol haritası oluşturulmalıdır (Allameh vd., 2015: 201). Bunların dışında yönetimlerin, turizm deneyimi sağlayıcıların hem teorik yaklaşımlarla hem de bilimsel araştırmaların bulgularından faydalanarak spor turizmini planlamaları doğru olacaktır (Kaplanidou ve Vogt: 2007: 201).

### 1.5. Hava Sporları Turizmi

Gidilen turistik bölgelerde geceleme sürelerinin artırılması, eldeki turistik kaynakların muhafazası, turistik ürünün çeşitlendirilmesi turizm sektörü baz alındığında önem addeden durumlardır. Bu görüş kapsamında alternatif turizm kavramı adı altında değerlendirilen birçok farklı faaliyet türü vardır. Spor turizmi ve hava sporları turizmi bahsi geçen alternatif turizm türlerine örnek olarak gösterilebilir (Diker vd., 2016: 84).

Hava sporlarının özü, sporu yapacak kişi veya kişilerin bu alan için gerekli olan teknik malzemeler aracılığıyla yapılmakta ve havada ortaya çıkan değişimler vasıtasıyla hareket etmesini temel almaktadır. Aynı zamanda hava sporları yapılacak yerin hava durumu, coğrafi yapısı da sporun yapılmasında etkili olduğu için her bölgede gerçekleşmesi mümkün olan bir spor türü değildir (Albayrak, 2013: 191). Hava sporları katılacak kişilerin ilgi ve beklentilerine göre farklı araçlarla yapılabilmektedir. Aşağıdaki tabloda Kültür ve Turizm Bakanlığının resmî sitesindeki verilere göre hava sporları turizminin yapılabilmesini sağlayan vasıtalar verilmiştir:

**Tablo 11. Hava Sporları Turizmi Araçları**

Yamaç paraşütü
Yelken (delta) kanat
Balon
Mikrolayt
Planör
Model Uçak
Paraşüt

Kaynak: ktb.gov.tr

Hava sporları turizmi alanında ülkemizin mühim kaynaklara sahip olduğu bilinmektedir. Gerek coğrafi şartları gerekse doğal güzellikleri sayesinde bu alanda oldukça fazla turist çekmekte, özellikle yamaç paraşütünde Fethiye ve sıcak hava balonu turizminde Nevşehir turistler tarafından yoğun rağbet görmektedir (Şebin, 2018: 114).

### 1.5.1. Yamaç Paraşütü

Yamaç paraşütü çok hafif araçlarının içinde en hafif olanı olmakla birlikte kolay taşınabilir olma özelliği sayesinde iniş kalkış pistine ihtiyaç duyulmaz, yolu olmayan tepelerden kalkış yapabilir, sadece rüzgâr kuvvetiyle uzun süreler boyunca ve kilometrelerce mesafe yapılabilir (thk.org.tr). İngilizce anlamı ‘‘paragliding’’ olan yamaç paraşütü, 1980’li yılların başında hava sporlarıyla ilgilenen kişiler vasıtasıyla bulunmuştur (flypgs.com). 1980’li yıllara varana kadar paraşüt vasıtasıyla yamaçtan düzenli olarak kalkış yapılmamış, ilk olarak İsviçre Alp Dağları ve Fransa’daki bazı pilotlar yelken kanat pilotları gibi dik yamaçlardan koşarak kalkış yapmaya başlamış, bu şekilde de yamaç sporu gittikçe yaygınlaşmış ve Antarktika dışındaki kıtalarda da yamaç paraşütleri faaliyet göstermeye başlamıştır (Özgülbaş, 2000: 3). Ülkemizde ise yamaç paraşütü sporu 1990’lı yılların başlarında Fethiye Ölüdeniz bölgesinde yer alan Baba Dağı’nın yabancı pilotlar tarafından keşfiyle birlikte tanınmaya başlamış, ilk denemeleri üniversite kulüplerinde aktif bir şekilde başlamıştır (yigm.ktb.gov.tr). Yamaç paraşütü sporunun kısa bir süre zarfı içerisinde bu denli yaygınlaşmasını ve rağbet görmesini bireysel olarak yapılabilmesi, doğa sporu olması ve çok büyük bir beceri gerektirmeden kolay öğrenilebilir hava sporları arasında olmasına bağlamak mümkündür (Özgülbaş, 2005: 18). Yamaç paraşütünün kolay öğrenilebilir olduğu kanısında olunmasına rağmen bu sporu yaparken dikkat edilmediği ve kurallara uygun yapılmadığı takdirde kaza ve ölümlere yol açtığı bilinmektedir. Yamaç paraşütü esnasında kişinin kendisini ve eğer bir profesyonel ile uçuş yapıyorsa onu da tehlikeli bir duruma sokmaması için uyulması gereken birtakım kurallar vardır. Bunlar:

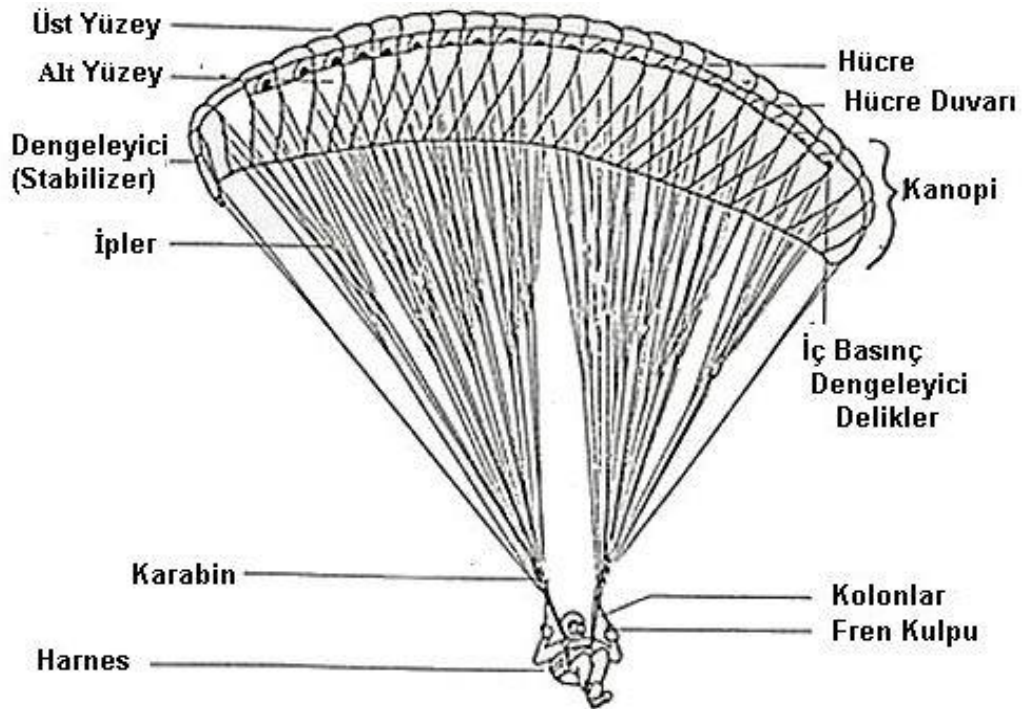
- Pilot ile gerçekleşen uçuşlarda birey pilotun bütün talimatlarına uymalıdır,
- Çeneliği olan kask ve can yeleği takılması gerekmektedir,
- Uçuş sırasında ilk yardım çantası bulundurulmalıdır,
- Yalnızca hava koşullarının uçuşa uygun olduğu yerlerde yamaç paraşütü eğitimi alınmalı ve uçulmalıdır,
- Yamaç paraşütü üç kişi ile gerçekleşen bir spor değildir. Pilot haricinde yalnızca fazladan bir kişiyle yapılmaktadır. Buna da ‘Tandem Paragliding’ denilmektedir. Tandem uçuşlarında yedek paraşüt ve kurtarma botu bulundurulması şarttır,

- Yamaç paraşütü sporu için elzem olan rüzgâr, uçmadan önce muhakkak kontrol edilmeli ve uygunluk sağlandıktan sonra uçuşa geçilmelidir,
- Uçuş esnasında rahat edilmesini sağlayacak kıyafetler tercih edilmelidir,
- Kalp hastalığı, yükseklik korkusu, hamilelik durumu, astım hastası olanların ve 105 kg'dan fazla olan kişilerin yamaç paraşütü yapması yasaktır,
- Alkollüken yamaç paraşütü yapılmamalıdır,
- Yamaç paraşütü yapabilmek için yaş sınırı 16'dır. 16 yaşından küçük sporcular için aile izni alınması gerekmektedir (flypgs.com).

Yamaç paraşütü sporu yapılmadan önce bu kuralların bilinmesi ve spor esnasında bu kurallara uygun davranılması kişilerin yararına olacak, yamaç paraşütü kaynaklı kazaların azalmasında etkili olacaktır.

Yamaç paraşütü sporunun kurallara bir şekilde gerçekleşebilmesi için fiziksel özelliklerinin tam olması ve kusursuz bir yapıda hazır bulunması beklenmektedir. Yamaç paraşütünün yapısını oluşturan bölümler bulunmaktadır. Bu bölümler aşağıdaki şekilde ayrıntılı bir şekilde gösterilmiş, gerekli açıklamalara yer verilmiştir.

**Şekil 6. Yamaç Paraşütünü Oluşturan Bölümler**



Yamaç paraşütleri genel olarak; askı ipleri, harnes (kuşam tertibatı), kubbe, askı ipleri isimlerindeki dört ana bölümde incelenir. Aşağıdaki tabloda bu bölümlerin özelliklerine ve işleyişlerine yer verilmiştir.

**Tablo 12. Yamaç Paraşütünün Bölümleri**

KUBBE	ASKI İPLERİ	TAŞIYICI KOLONLAR	HARNES (KUŞAM TERTİBATI)
<p>Ortalama bir kubbenin boyu 11 metre, eniyse 3 metre civarındadır. Polyester ya da naylon ipek karışımı hava almayan özel bir kumaştan yapılmaktadır. Alt ve üst yüzeylerin dik parçalar ile birleştirmeleriyle oluşmuştur. Bu birleşmeler sonucunda ortaya birçok hava kanalı (seller) çıkmaktadır.</p> <p>Yamaç paraşütü kubbesi rüzgarla şişmektedir. Bundan dolayı serbest atlayış paraşütü olarak düşünülmemelidir. Yerden koşarak kalkma ve havanın uygun olduğu durumlarda süzülme amacıyla kullanılmaktadır.</p>	<p>Askı ipleri dayanıklı malzemelerden üretilmektedir. İnce yapıları sürtünmeyi azaltmaktadırlar. Aynı zamanda hafif olmalarından dolayı da yarar sağlarlar. Kevler ve Dacron olarak iki ana ip türü vardır. Sürtünmenin azalması için ipler ortada iki ya da ikiden fazla ip gruplarına, kubbenin aşağı tarafına doğru önce çatal daha sonra tek ip şeklinde ayrılmaktadırlar.</p> <p>Modeller arasında değişiklik gösterse de başlangıç seviyesindeki bir yamaç paraşütünde 35 ana, 120'den fazla çatalara ayrılmış ip bulunmaktadır.</p>	<p>Kubbe iplerini harnese bağlamaktadırlar. Bir nevi görevi askı ipleriyle harnes arasında köprü kurmaktır. Genişlikleri 25 mm civarındadır. Ağırlığı ipler vasıtasıyla taşırlar. Taşıyıcı kolonlar pilota kalkış esnasında uygun tutma yeri sağlayarak kalkışı kolaylaştırmaktadır.</p>	<p>Genellikle tahta ya da sert plastikten yapılan oturak, sağlam dokunan kumaştan yapılmış olan sırt bölgesi ve pilotu harnese bağlayan bacak ve göğüs kolonlarından oluşmaktadır. Pilotun vücuduna göre ayarlanabilen harneslerin genelinde hava yastığı, yedek paraşüt, sırt koruyucu, ağırlık koyma bölümü vs. kısımlar bulunmaktadır.</p>
Kaynak: Özgülbaş, 2000: 8.			

Yukarıdaki tabloda ve şekilde görüldüğü üzere yamaç paraşütünün aktif bir şekilde, sorunsuz kullanılabilmesi için bazı ekipman ve bölümlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ekipman ve bölümlerin eksiksiz olması hem pilot hem de yolcular için daha iyi bir deneyim sağlayacaktır. Yukarıda da görüldüğü üzere yamaç paraşütü çok fazla malzeme ya da teçhizat gerektiren külfetli bir spor aracı değildir. Bundan dolayı da kişilerin tercihlerinde bu durumun önemli bir rol oynayacağı düşünülmektedir.

Yamaç paraşütü sporu ülkemizde fazlasıyla tercih edilen bir alternatif turizm faaliyetidir. Ülkemizde tatil beldeleri, büyük şehirler, dağ ve yamaçların olduğu birçok



bölgede yamaç paraşütü sporu yapmak mümkündür. Aynı zamanda ülkemizde bazı bölgelerde yamaç paraşütü vasıtasıyla 4000- 5000 metre yüksekliklere kadar çıkmaktadır (flypgs.com).

Aşağıda Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda yer alan yamaç paraşütünün yapıldığı bazı yerler ve bu yerlere ait özellikler verilmiştir.

**Ölüdeniz/Babadağ:** Muğla'nın Fethiye ilçesinde yer almaktadır. Babadağ konum olarak deniz kıyısından 7 km içeridedir. Yamaç paraşütü kalkış pistine Ölüdeniz'den 45 dakikalık yol ile ulaşılmaktadır.

Yamaç paraşütü uçuşuna uygun aylar Nisan ve Ekim arasındadır. Ölüdeniz, Türkiye'de yamaç paraşütünün ilk olarak yapıldığı yerdir ve dünyaca bir üne sahiptir. Oldukça gelişmiş olan bölgede ulaşım, yeme-içme, konaklama gibi faaliyetlerde sorun yaşanmamaktadır. Babadağ'da toplam üç adet kalkış pisti bir adet iniş pisti bulunmaktadır. Bölgede sezon başı ve sezon sonunda, yani mevsim değişikliği aylarında hava ani değişimler gösterebilmekte ve kalkış pistine bulut inmesi durumu söz konusu olabilmektedir. Güney pistinde ise öğleye kadar ki sürede dağın batısından gelen batı rüzgârı, gerçek olmayan güney rüzgârı yaratarak yanılma riski taşımaktadır.

**Denizli/Pamukkale:** Pamukkale Bölgesi Denizli iline 21 km uzaklıkta olan Çökelen Dağının eteklerinde bulunmaktadır. Turistik bir bölge olmasından kaynaklı ulaşım konusunda herhangi bir problem yaşanmamaktadır. Bu bölgede ılıman iklimi sayesinde her mevsim uçuş yapma imkânı bulunmaktadır. Eski bir yerleşim merkezi olan Pamukkale, kireçli sıcak suların çökmesi yoluyla oluşan travertenlere sahiptir. Aynı zamanda tarihi kalıntılara da sahiptir. Her yıl binlerce turist çeken bölgede iki adet yamaç paraşütü uçuş tepesi bulunmaktadır.

**Ankara/Gölbaşı:** Gölbaşı, Ankara şehir merkezinden 27 km uzaklıkta ve ulaşım oldukça kolay sağlanmaktadır. Ankara şehir merkezine yakın olması nedeniyle kent içindeki bütün imkanlardan yararlanmak mümkündür. Ankara'daki üniversite havacılık kulüplerinin eğitim verdikleri yerdir. Rüzgârı her yönden karşılaması, uygun irtifası ve geniş bir ovaya doğru bakan eğitim tepesi sayesinde yamaç paraşütü için oldukça uygun bir bölgedir.

**Bolu/Abant:** Bolu'da bulunan Abant Dağları şehir merkezine 34 km uzaklıktadır. Abant Gölü üzerinden bölgeye ulaşım sağlanabilmektedir. Ankara-İstanbul otoyolu üzerindeki Bolu'ya ulaşım kolaydır. Abant Gölü'ne ise şehir merkezinden hareket eden minibüsler ile ulaşım sağlanabilmektedir. Abant Dağları, yamaç paraşütü sporu için uygun olan birçok kalkış pistine ev sahipliği yapmaktadır. Bu bölgede yamaç paraşütü genel olarak Abant Gölü yakınında bulunan Örencik yaylası civarındaki tepelerde yapılmaktadır.

**Isparta/Eğirdir:** Eğirdir, Isparta'ya 60 km uzaklıktadır. Eğirdir'e karayolu ve demiryolu ile ulaşmak mümkündür. Isparta'nın yerel otobüs firmaları da Eğirdir'den geçmektedir. Eğirdir ilçesi hem gölü hem de adası ile birçok turizm aktivitesine elverişli bir durumdadır. Yamaç paraşütü için oldukça uygun tepeler bulunmaktadır. Süleyman Demirel Üniversitesi Havacılık Kulübü bu tepelerde eğitim uçuşları gerçekleştirmektedir.

**Kayseri/Ali Dağı:** Kayseri sınırlarında bulunan Ali Dağı, şehir merkezine 15 dakika uzaklıkta yer almaktadır. Otomobil ile ulaşım mümkündür. Ya da Zincirdere otobüslerine binip Ali Dağı tabelası önünde inildiğinde yürüyerek 45 dakikalık mesafededir. Kayseri ili coğrafi özelliklerinin elverişli olması sebebiyle yamaç paraşütünün yanında kayak, bisiklet gibi spor turizmi çeşitlerinin de bölgede yapılabilmesine imkân sağlamaktadır. Erciyes Üniversitesi'ndeki sivil havacılık meslek yüksek okulu, Ali Dağı'na eğitim uçuşları düzenlemektedir. Ali Dağı'nda, 600-750 irtifa farkına sahip, biri kuzey diğeri güney rüzgarlarına uygun olan iki kalkış pisti bulunmaktadır. Aynı zamanda rahatlıkla iniş yapılabilecek birçok alan bulunmaktadır.

**Eskişehir/İnönü:** Eskişehir ilinin 15 km batısında yer alan İnönü İlçesinde Türk Hava Kurumu'nun tesisleri yer almaktadır. İnönü İlçesinin kuzey kesimindeki yamaçları, bilhassa yaz mevsiminde kuzeyden esen rüzgarlar aracılığıyla uygun uçuş koşulları ortaya çıkarmaktadır. Türk Hava Kurumu tarafından düzenlenen kurslar bu bölgede yapılmaktadır.

**Antalya/Aksu:** Antalya Aksu'da bulunan tepe, Akdeniz Üniversitesi havacılık kulübü tarafından eğitim tepesi olarak kullanılmaktadır. Antalya-Alanya yolunda bulunan Aksu sapağından Perge harabeleri tarafına dönüldüğünde, Perge'ye girmeden

10-15 km civarı bir yol kat edildiğinde eğitim tepesine ulaşılmaktadır. Bu bölgeden inilirken sulama kanallarına dikkat edilmesi önerilmektedir.

Yukarıda bahsi geçen bölgelerimiz dışında; Bursa, Elâzığ, İzmir, Ordu, Adana, Hatay, Trabzon ve İstanbul' da da yamaç paraşütü uçuşu yapıldığı bilinmektedir. Dünya genelinde ise yamaç paraşütü yapmak için tercih edilen bölgeler İsviçre, Fransa, Almanya, Sırbistan ve Gürcistan olarak sıralanabilir (flypgs.com.tr).

### **1.5.2. Balon**

Özgürlüğün temsili olan kuşların, insanlığa ilham verdiği ve dünyanın farklı yerlerindeki birçok insanın uçabilmek için çeşitli yöntemlere başvurduğu bilinmekte, bu nedenle de uçmanın buluş olarak görülmemesi gerektiği ve çok sayıda insanın emeği bulunan, aynı zamanda yılların getirdiği tecrübelerin sonucu olarak ortaya çıkan bir çalışmanın emeği olduğu düşünülmektedir (Özsoy ve Yavaş, sn ve yıl yok).

Sıcak hava balonlarının yapımı ve uçuşunun çok eski tarihlere dayandığı bilinmektedir. Fransız bilim adamı Jean- François Pilatre de Rozier, insansız, hayvanları kullanarak yaptığı balon uçuşu denemelerinden başarılı sonuçlar elde ettiğinde 19 Ekim 1783 tarihinde Paris'te tahtadan yapılmış olan sepet ve balonu ipler yardımıyla yere bağlayarak ilk insanlı balon uçuşunu gerçekleştirmiş ve bu uçuşun gerçekleşmesini sağlayan Jean- François Pilatre de Rozier ve Marki Francois d'Arlandes ilk balon pilotu olarak tarihe adını yazdırmışlardır. Tarihe geçen ilk insan taşıma özelliğine sahip serbest balon uçuşu ise 21 Kasım 1783 tarihinde Fransa'da Montgolfier kardeşler tarafından geliştirilen bir balonla gerçekleştirilmiştir (FAA, 2008: 2-3).

### Şekil 7. Montgolfier Kardeşlerin Balon Modeli



Kaynak: (FAA, 2008: 2-2).

Bilimsel amaçlı olarak yapılan ilk uçuş 1804 yılında 6,5 km'lik yüksekliğe çıkılarak bu yükseklikte havadaki bileşenlerin yapısını ve dünyanın manyetik alanını incelemek amacıyla Fransız asıllı fizikçi Jean Baptiste Biot ve Joseph Louis Gay-Lussac tarafından gerçekleştirilmiştir (wikipedia.org).

Fransız meteorolog Leon Philippe Teisserenc de Bort, 1902 yılında insan için uygun olmayan yüksekliklere bir takım ölçüm aletleri yerleştirmiş, içerisinde insan olmayan balonlar uçurmuş ve izlemiş olduğu yöntemle atmosferin ısısının 11 km yüksekliğe kadar düzenli olarak düşüş yaşadığını tespit etmiş, erişebildiği diğer yüksekliklerde ise ısının durağan olduğunun tespitini yapmıştır (wikipedia.org).

Sıcak hava balonu konsept olarak değerlendirildiğinde diğer hava araçlarının arasında en basit konseptte sahip olandır. Balonun içerisinde, dışarıdaki havadan daha hafif bir gaz bulunmasından dolayı içerisinde bulunan yolcu ya da yük dolu olan sepet kısmı rüzgâr kuvvetinden destek alarak yükselmektedir. Aynı zamanda rüzgâr yardımıyla hareket ediyor oluşu ve havada kontrollü bir biçimde ilerletilememesi açısından diğer hava araçlarından farklıdır (FAA, 2008: 2-2).

Balonun havada hareket edebilmesi ve içerisine yolcu ya da yük alabilmesi için bazı parçalara sahip olması ve bu parçalar sayesinde bir bütün haline gelip, işlevini görmesi gerekmektedir. Bu parçalara sepet ve zarf olarak isimlendirilmiştir. Zarf; balonun

hava doldurulan bölümü olduğu için yüksek iç basınca dirençli, ufak yırtıkların büyümesinin önüne geçecek, gözenekli bir yapıya sahip olmayan, elastiki ve hafif malzemelerden üretilmektedir (havaciyiz.org). Sepetler ise, yolcu ya da yük taşınmasını sağlayan, hafif olması nedeniyle hasır, alüminyum ya da cam elyafıyla yapılmaktadır (Özsoy ve Yavaş, sn ve yıl yok).

Sıcak hava balonun tarihi, işleyişi ve içindeki malzemeler dikkate alındığında uçuşunun diğer hava araçlarına göre daha kolay olduğu ve geçmişinin eski tarihlere kadar dayandığı görülmektedir.

Dünya genelinde balon turizmi incelendiğinde birçok ülkede sıcak hava balonu faaliyetlerinin sürdürüldüğü tespit edilmiştir. ABD'nin Kaliforniya eyaletindeki Napa Vadisi, Utah'ta Monument Vadisi, New Mexico'da Albuquerque kentinde ve buraların dışında Las Vegas, Orlando ve Phoneix kentlerinde de sıcak hava balonu uçuşları yapıldığı tespit edilmiş, ancak bilhassa Albuquerque kentinin dünyada sıcak hava balonculuğu açısından önemli bir konumda olduğu ve 1972 yılından bu yana her sene düzenlenen ve dokuz gün süren, 500'den fazla balona ev sahipliği yapan uluslararası balon festivali gerçekleştirildiği bilinmektedir (Gürsel, 2017: 4). İngiltere'ye bakıldığında Bristol Kenti sayesinde balon turizmi açısından önemli bir merkez olmanın yanında dünyanın ileri gelen balon üretim firmalarından biri olan Cameron Balloons'a sahip olması nedeniyle de balon turizmi açısından önemli bir konumdadır. Aynı zamanda Bristol Kentinde 1979 yılından bu yana her sene uluslararası balon festivali düzenlenmekte ve bölge tanıtımına yönelik etkinlikler yapılmaktadır (Gürsel, 2017: 5). Ülkemizi ele aldığımızda sıcak hava balonu turizminin özellikle Kapadokya Bölgesinde yaygın olarak geliştiğini söylemek mümkün olacaktır. Kapadokya'dan sonra 2017 yılında Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından Denizli-Pamukkale Bölgesi de balon uçuşlarına açılmış, beş işletmeye izin verilmiş, üç işletmeye de gereken şartları sağlamak üzere ön izin verilmiştir (web.shgm.gov.tr).

Ülkemizde farklı bölgelerde de sıcak hava balonu faaliyetlerinin çekici hale getirilebilmesi adına yayımlanan 'Balon Uçuşlarını Teşvik Genelgesi' kapsamında gelen taleplerin incelenmesi ve değerlendirilmesi doğrultusunda SHGM tarafından Kapadokya haricinde dokuz bölge daha sıcak hava balonu uçuşlarına uygun bulunmuştur. Bu bölgeler:

- Burdur- Bucak
- Denizli- Pamukkale
- Adana- Kozan
- Bitlis- Ahlat
- Ankara- Polatlı
- Afyon- İhsaniye
- Eskişehir- Seyitgazi
- Samsun- Bafra
- Aksaray- İhlara'dır (web.shgm.gov.tr).

Sıcak hava balonları hem döviz getirisi hem de turistik ürün çeşitlendirme açısından bulunmaz bir nimettir. Kapadokya'da 2018 sıcak hava balonlarından elde edilen gelir ülke ekonomisine 70 milyon avro katkı sağlamış, yarım milyon kişi bu bölgede balon faaliyetlerine katılmıştır. Aynı şekilde 2019 yılının Ocak- Ekim döneminde 153 bin turist Denizli- Pamukkale bölgesinde sıcak hava balonu turlarına katılmıştır (hürriyet.com, web.shgm.gov). Buradan yola çıkarak sıcak hava balonu turizminin diğer bölgelerimizde de yaygınlaştırılması ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayacak ve turistik ürün çeşitliliği artacaktır.

### **1.5.3. Mikrolayt**

Mikrolayt, basit ve sade bir yapıdan oluşan motorlu bir uçuş aracıdır (Albayrak, 2013: 193). Tanımı ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte temel özelliği kalkış ağırlığı 500 kg' nin altında olan uçaklardır (fao.org). Kullanması basit olan mikrolayt bir ya da iki kişilik olabilmektedir. Mikrolayt uçuşu dünya genelinde neredeyse tüm ülkelerde yapılmakla birlikte, ülkemizde de yapılmakta, mikrolayt ile uçmak için Türk Hava Kurumu'na veya havacılık kulüplerine başvurulması gerekmektedir (Albayrak, 2013: 193).

Mikrolayt hava aracının bazı özelliklerine aşağıda yer verilmiştir:

- Gövde, kanat, motor ve trapzen isimli bölümlerden oluşan emniyetli bir hava aracıdır,

- Motorunun durması durumunda dahi, kanatları sayesinde havadan süzülerek iniş yapabilirler,
- Motorları oldukça küçük olmakla birlikte hava ya da su soğutmalıdır. Motor güçleri genellikle 80 beygir gücündedir fakat 52 ve 105 beygir gücünde olan türleri de vardır,
- Motorları araç benzini ile çalışan iki ya da dört zamanlı motorlardır. Yakıt depoları ise yaklaşık 50 litre benzin almaktadır,
- Havada üç ile beş saat arasında kalabilmekte, havadaki hızları 80-150 km arasında değişmektedir (makaleler.com).

### 1.5.3. Yelken (delta) kanat

Yelken kanat; rüzgâr ya da farklı hava olaylarıyla uçuş sağlayabilen, motoru olmayan, bir kişilik uçuş aracıdır. Yelken kanat ortalama ağırlık olarak 25-30 kg civarında, açıldığında ise 10 kanat (katlanmış standart 4 m) uzunluğundadır. Uygun hava koşulları elde edildikten sonra uçuşa geçilebilmesi için uçuş tepesinden kanatlar sırtta alınarak koşarak atlanması gerekmekte, yükseklik kazanabilmek için de genellikle karşıdan gelen bir rüzgâr akımı olması gerekmektedir. Farklı bir metot olarak, yerden yükselişe geçen sıcak hava termikleri de kullanılabilir. Sıcak hava yükselmekteyken deltanın uçmasını sağlamaktadır (Hazar, 2007: 105).

Yelken kanat ile yamaç paraşütü birbirine benzer gibi görünmektedir. Fakat aralarında birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Aşağıda bu farklılıklara yer verilmiştir:

- Yükseklikleri aynı olan bir noktadan kalkış yapan yamaç paraşütü ve delta kanat süzildükleri zaman; yelken kanat, yamaç paraşütünden iki kat hızlı yol alır,
- Yamaç paraşütünü pratik bir şekilde taşımak mümkündür fakat yelken kanat yaklaşık 4- 5 metre uzunluğunda olan bir paket halinde taşınmaktadır,
- Yamaç paraşütünün uçuşa hazırlanması ve uçuş bitimi toplanması 10 dakikalık bir zaman alırken, yelken kanatın kurulması ve uçuş sonrası toplanması toplam bir saate yakın zaman alabilmektedir,

- Yelken kanat, yamaç paraşütünden daha hızlı ilerlediği için dar alanlara iniş yapması pek mümkün değildir. Fakat yamaç paraşütü dar alanlara iniş yapabilmektedir (tr.wikipedia.org).

Farklı özelliklerinin yanı sıra bu iki hava sporu aracının ortak özellikleri de bulunmaktadır. Örnek olarak macera arayan yerli ve yabancı turistlerin yani profesyonel olmayan kişilerinde bu sporları gerçekleştirdiği verilebilir. Mutlaka bir eğitmen yardımıyla yapılan bu iki hava sporu ile yakından ilgilenen kişiler çoğunlukla, Hindistan, Uzakdoğu ülkeleri, Amerika Birleşik Devletleri, Fransa, İngiltere, Almanya, Meksika, Brezilya'yı tercih etmektedirler. Bilhassa Fransa'da bulunan ve Avrupa'nın en yüksek zirvesi olarak kabul edilen Mont Blanc her sene yüzlerce yamaç paraşütü ve yelken kanat spor severi konuk etmektedir (Akın, 2018: 150). Türkiye'de ise Nisan- Ekim arası dönemde Denizli- Pamukkale, Ankara- Gölbaşı, Bolu- Abant, Muğla- Fethiye ve Kayseri bölgelerinde yerli ve yabancı turistler ya da sporcular tarafından yelken kanat sporu gerçekleştirilmektedir (Akın, 2018: 150).

#### **1.5.5. Planör**

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın resmî sitesinde yer alan tanıma göre planör: “kalkışı başka bir motorlu uçak yardımıyla çekilerek ya da pist başında bulunan bir motora bağlı çelik halat yardımıyla hızlı bir şekilde çekilerek sağlanan motorsuz açma aracıdır.” Şeklinde (yigm.ktb.gov.tr). Planör havada ulaşılması istenen yüksekliğe eriştiği takdirde kendini çeken halattan ayrılıp serbest uçuşa geçebilmektedir. Motorsuz ve hafif bir hava aracı olmasından dolayı özel bir kanat yapısı mevcuttur. Aynı zamanda bu kanatların büyük ve geniş olmasından dolayı planöre kaldırma kuvveti sağladığı bilinmektedir (Akın, 2018: 151).

Planör dünyada oldukça yaygın bir hava sporu olmasına rağmen, ülkemizde hafif hava aracı ve planörcülük sporu alanında fazla bilinmemektedir. Planörcülük sporu Türkiye'de yalnızca sivil olarak Türk Hava Kurumu tarafından yapılmaktadır (Keskin vd., 2019: 165). Türkiye'de ilk planörcülük üzerine eğitim veren okul, 1935 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatları üzerine Ankara'da, Türk Hava Kurumu'na bağlı olarak açılmıştır (thk.org).



### 1.5.6. Model Uçak

İnsan taşıma özelliği bulunmayan, denetimli ve serbest olarak uçuş yapabilen hava araçlarına model uçak denilmektedir. Türkiye’de oldukça fazla model uçak kulübü vardır. Türk Hava Kurumu tarafından değişik kategorilerde model uçak eğitimleri verilmektedir (Hazar, 2007: 106).

### 1.5.7. Paraşüt

Paraşütle atlama sporunun tarihi oldukça eski zamanlara dayanmaktadır. 22 Ekim 1797 yılında Paris’te Jacques Garner’ in 600 metre yükseklikten paraşütle atladığı bilinmekte, bu atlayışın ilk belgelere dayanan paraşüt atlayışı olduğu düşünülmektedir. 19. Yy süresince ise paraşüt atlayışları izleyenlerin zevk aldığı, sporu gerçekleştirenlerin de birbiriyle rekabet içerisinde oldukları, festivallere konu olan bir hava sporu olmuştur. Uçağın icadından sonra ise uçaktan paraşüt atlamaları yapılmaya başlanmıştır (fai.org).

Paraşütle atlama sporunun iki türü olduğu bilinmektedir. Bu atlayış türleri;

**Tandem Atlayışı:** Tek paraşüt ile iki kişinin atlayış yapmasına denilmektedir. Paraşüt sporu konusunda tecrübeli olmayan kişilerin, alanında uzman bir paraşüt pilotu ile yaptıkları atlayıştır. Yaklaşık olarak üç dakika havada kalma süresidir (Şebin, 2018:116).

**AFF (Accelerated Freefall):** Bu atlayışa hızlandırılmış serbest düşüş denilmekte olup, atlayan kişinin serbest düşüş ustalığını geliştirmektedir. Atlayıcılar 3000 metrelik irtifadan iki eğitimci ile paraşütü açmadan yaklaşık 40 saniyelik düşüş yaparlar ve daha sonrasındaki aşamalar için eğitimler verilmektedir (Şebin, 2018:116).

Ülkemizdeki atlayış bölgeleri Eskişehir, Ankara ve İzmir- Efes’te yer almaktadır (yigm.ktb.gov).

## 1.6. Hava Spor Araçları ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Acar ve Altaş (2017), tarafından yapılan *Aksaray İli Turizminin Gelişimine Yönelik Yeni Bir Çözüm Önerisi: Sıcak Hava Balon Turizmi* adlı çalışmada amaç olarak gelişmekte olan balon turizminin Aksaray ilinde uygunluğunun tespit edilmesi hedeflenmiştir. Literatürde Aksaray ilinin konumu nedeniyle turizm sektöründen fazla bir pay alamamasına fakat medeniyetler açısından önemli bir konumda olduğuna değinilmiştir. Araştırmanın bulgularında; Aksaray’ın balon faaliyetlerine yılın altı ayı

uygun olduğu, Ihlara Vadisi ve Tuz Gölü sayesinde manzarasının balon uçuşları için avantaj sağlayabileceğine, balon faaliyetlerini destekleyebilmek adına uzman bir kadronun olmayışı, kamu desteğinin eksikliği, Nevşehir'e olan yakınlığı nedeniyle yatırımcıların Aksaray'a karşı isteksiz olması durumları ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarında ise Aksaray ilindeki kurumların, akademinin ve turizm sektörü içerisinde yer alan diğerkuruluşların ortak bir paydada buluşarak mevcut sorunların düzeltilmesi, stratejik bir turizm planı yapılmasının önemine dikkat çekilmiş, proje ekiplerinin kurulması gerektiği savunulmuş, gerekli altyapı ve üstyapı unsurlarının oluşturulması için çaba harcanmasının gerekliliğinden bahsedilmiştir.

Güzel ve Şahin'in (2019), yapmış oldukları *Destinasyon Pazarlaması Bağlamında Balon Turizminin Deneysel Yönleri: Nitel Bir Araştırma* isimli çalışmada turistlerin yaşamış oldukları deneyimlere odaklanılarak sıcak hava balonu deneyiminin boyutlarını ortaya koyabilmek amaç olarak belirlenmiştir. Araştırmanın yönteminde Tripadvisor uygulamasında bulunan yorumlar içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırmanın bulgularında sıcak hava balonu deneyiminin eğitsel, estetik, eğlence, kaçış olmak üzere dört farklı boyuttan meydana geldiği ortaya koyulmuştur. Boyutlar Pine&Gilmore (1999)'un 4E modeline uyumluluk göstermiştir. Aynı zamanda 'estetik ve eğlence' boyutları sıcak hava balonu deneyiminde öne çıkan boyutlar olmuşlardır.

Dağdeviren vd., (2020), yaptıkları *Bayramören İlçesinde Yamaç Paraşütü Turizmi* isimli çalışmalarında Çankırı'ya bağlı Bayramören ilçesinin SWOT analizi yöntemi ile yamaç paraşütüne uygunluğunu değerlendirme amacı taşımaktadır. Araştırmanın literatüründe yamaç paraşütünün tarihinden, yamaç paraşütü kazalarından bahsedilmiş daha önceki çalışmalara yer verilmiştir. Araştırmanın yönteminde SWOT analizi yöntemi kullanılmış olup, araştırmanın evrenini Bayramören ilçesinin kamu kurumu çalışanları, örneklemini ise kamu kurumlarının 50 çalışanı oluşturmaktadır. Araştırmanın sonucunda Bayramören ilçesinin yamaç paraşütü turizmindeki en güçlü yönünün doğal güzelliği olduğu tespit edilmiştir. Diğerküçlü yönleri ise yamaç paraşütü kalkış pistlerinin olması, temiz hava ve çevre, rüzgâr hızının yamaç paraşütü sporuna uygunluğu, yerli halkın misafirperverliği, turistler için huzur dolu bir ortam olması olarak belirtilmiştir. Araştırma sonucunda en zayıf yön ise ilçeye olan ulaşım araçlarının yetersizliği olarak belirlenmiştir. Bunun dışındaki diğerküçlü yönler altyapı imkanlarının yetersizliği, yerli halkın sor ve turizm konuları açısından yeterli bilgiye sahip olmaması, yerel turizm danışma ofisi olmaması ve birçok faktör daha olumsuz yön olarak tespit

edilmiştir. Bayramören ilçesinin yamaç paraşütü turizmindeki en büyük fırsatı yamaç paraşütü konusunda deneyimli olması, yamaç paraşütü kazalarının olması da en büyük tehdit olarak tespit edilmiştir.

Costa ve Chalip'in (2005), *Adventure Sport Tourism in Rural Revitalisation—An Ethnographic Evaluation* isimli çalışmalarında macera sporları turizmi kapsamında ele alınan yamaç paraşütü sporunun turizm merkezlerinde çekici unsur olarak kullanılması ile alakalı olarak avantaj ve dezavantajları etnografik yöntemlerle tespit etmeye çalışmışlardır. Kırsal alanlara katkısı düşünüldüğünde macera sporları turizmin etkisi olduğu gözlenirse de bulgular ele alındığında yamaç paraşütü sporunun toplum üzerinde etkisinin az olduğu tespit edilmiştir. Bunun nedeni ise ele alınan bölgede paraşüt sporu yapmak için gelenlerin genellikle kendi aralarında sosyalleşiyor olması, bölgedeki pazarlama stratejisi olmayışı, yerel nüfusun muhafazakâr ve yaş olarak yüksek olması etkili olmuştur. Gerekli araştırmalar ve daha iyi bir strateji ile bu durumun düzeltilebileceği düşünülmektedir.

Diker vd., (2016), *Hava Sporları Turizmi ve Safranbolu'nun Hava Sporları Potansiyelinin Belirlenmesi* adlı çalışmalarında alternatif turizm kapsamında hava sporları turizminin Türkiye ve dünyadaki durumunu tespit etmeye çalışmış, Safranbolu destinasyonunun hava sporları potansiyelini değerlendirmiş ve Safranbolu destinasyonu için alternatif turizm önerisi sunmaya çalışmışlardır. Literatürde hava sporlarına ve bu sporda kullanılan araçlara, ülkemizde gerçekleştirilen hava sporları türlerine, Amerika'da hava sporlarına katılım gösterenlerin grafiklerine, Safranbolu destinasyonunun hangi hava sporu araçlarına uygun olduğuna yer verilmiştir. Araştırmanın sonucunda, Safranbolu ilçesinin Kirkilli mevki, Toprakcuma Navsaklar Köyü kırsal bölgelerinin; yamaç paraşütü, mikrolayt, radyo kontrollü uçak, delta kanat gibi hava sporu araçlarının faaliyet gösterebilmesi için uygun alanlar olduğu tespit edilmiştir. Burada yapılacak uçuş faaliyetlerinin bölgeye düzenlenen turlarda, paket programın içine dahil edilmesi, gerekli reklamların yapılması, hava sporları ile ilgili bu bölgede organizasyonlar düzenlenip ev sahipliği yapılmasının bölge turizmini canlandıracağı düşünülmektedir. Safranbolu dışındaki diğer Batı Karadeniz destinasyonlarının da hava sporu turizmi faaliyetlerine uygunluğunun tespit edilmesi gerektiği, uygun olması durumunda bölge genelinde bütünleşmiş bir faaliyet olabilmesi için çalışmalar yapılması gerektiği savunulmaktadır.

Özen'in (2018), *Kapadokya Bölgesinde Yaşanan Sıcak Hava Balon Deneyiminin Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma* isimli çalışmasında sıcak hava balonu turlarına katılan yerli ve yabancı turistlere anket uygulanarak veri toplanmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Toplanan veriler regresyon analizine tabi tutulmuş ve sonucunda turistlerin sıcak hava balonu turu deneyim değerinin davranışsal niyetler üzerinde anlamlı ve güçlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılanların yüzde altmış dokuzluk yüksek bir oranla orta gelirli kişiler olduğu dikkat çekmiştir.

Özen ve Özdemir'in (2019), *Kapadokya Sıcak Hava Balonculuğu Üzerine Nitel Bir Araştırma* adlı çalışmalarında Kapadokya'da sıcak hava balonu turizminin hangi zaman diliminde başladığını, nasıl gelişme gösterdiğini ve bölge için önemini ortaya koyabilmeyi amaç olarak belirlemişlerdir. Çalışmada, bölgede sıcak hava balonculuğu faaliyetlerine eski zamanlarda tanık olmuş işletmeci, pilot ve sektör temsilcileri ile yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak görüşmeler yapılmıştır. Çalışmanın bulguları doğrultusunda Kapadokya bölgesinde sıcak hava balonculuğunun tarihçesini, gelişme sürecini gösteren tablolar oluşturulmuş ve aynı zamanda bölgenin turizmine olan etkileri belirlenmiştir. Araştırmanın bulgularında Kapadokya bölgesinde sıcak hava balonculuğunun ticari olarak başlamasında üç temel olay olduğu tespit edilmiş, 1984-2018 yılları arasında sıcak hava balonculuğunun gelişme sürecine dair ayrıntılara yer verilmiştir. Sıcak hava balonculuğunun bölgeye ekonomik, çevresel, tanıtım etkileri, mevsimsellik sorununu azaltma, imaj değişimi gibi etkilerinin olduğu görülmüştür.

Can ve Can'ın (2019), *Kapadokya'da Balon Turizmi Deneyimi ve Kabul Edilebilir Risk Durumu* isimli çalışmalarında Kapadokya bölgesinde yaşanan sıcak hava balonu deneyimi esnasında yaşanan ya da yaşanabilecek olan kaza durumlarına karşı geliştirilen emniyet tedbirleri sonuçları doğrultusunda kaza riski taşıyan durumların kabul edilebilirlik durumlarını ortaya koymaya çalışmışlardır. Kapadokya bölgesinde bulunan balon firması yöneticilerinin, balon pilotlarının, Sivil Havacılık Genel Müdürlüğünde denetleme pozisyonunda bulunan kişilerin kazalara yaklaşımlarını ve önlemlerini öğrenerek kazaların kabul edilebilirlik durumunu ortaya koymayı, bu kazalara yönelik yaklaşımları eleştirel bir bakışla değerlendirmeyi ve çözüm önerileri sunmayı planlamışlardır. Araştırma kapsamında görüşme formu vasıtasıyla konuyu değerlendirme yetisine sahip yedi paydaş ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Sıcak hava balonunun emniyetini en çok etkileyen yani kaza yapma riskini en çok etkileyen faktörler:

meteorolojik durum, uçuşa elverişlilik gereklilikleri, organizasyonel gereklilikler ve insan faktörü olarak beş başlık altında toplanmıştır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü öncülüğünde yaşanmış kazalardan yola çıkılarak, gelecekte yaşanması muhtemel kazalar öngörülerek buna dayalı önlemler alındığı araştırma kapsamında görülmüştür. Aynı zamanda yine Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü tarafından kazaların oluşmasını önlemek adına yeni önlemlerin de yolda olduğu belirlenmiştir.

Batman ve Demirel'in (2015), *Altındere Vadisi Meryemana Deresi Güzergahında Doğa Temelli Turizm Etkinliği: Yamaç Paraşütü* adlı araştırmalarında Uluslararası turizm koridoru olarak bilinen Altındere vadisi ve civarında yamaç paraşütü sporunun yapılabilirliğini ortaya koymak amaç olarak belirlenmiştir. Araştırmada yamaç paraşütü sporu hakkında temel bilgilere yer verilmiş, alanında uzman kişiler eşliğinde yapılan gözlem ve incelemeler sonucunda yamaç paraşütü eğitim bölgeleri ve iniş-kalkış noktaları belirlenmiştir. Yamaç paraşütüne uygun noktalar belirlendikten sonra ilgili spor için alçak ve yüksek tepelerle irtifa farkları, iniş-kalkış noktaları, eğitim adaları için rota tayini haritası oluşturulmuştur. Araştırmanın sonuç bölümünde alternatif bir turizm türü olan hava sporları turizminin bir ögesi olan yamaç paraşütü sporunun geliştirilebilmesi için önerilere yer verilmiştir.

Koday vd., (2018), *Alternatif Turizm Açısından Siirt İlinde Yamaç Paraşütü Faaliyetleri* isimli çalışmalarında Türkiye'deki yamaç paraşütü faaliyetlerinin gerçekleştiği yerler haritaya dökülmüştür. Üç boyutlu modelleme yöntemi vasıtasıyla Siirt destinasyonundaki yamaç paraşütü uçuş alanları sayısal hale getirilmiş, iniş ve kalkış noktaları hakkında bilgiler verilmiştir. İldeki yamaç paraşütü faaliyetleri hakkında gerekli bilgi toplanmasından sonra Swot analizi yapılarak Siirt ilindeki yamaç paraşütü turizminin güçlü ve zayıf yönleri belirlenmiştir. Zayıflıklar ve tehditlerin ortadan kaldırabilmesi ya da önlenmesi adına öneriler ortaya koyulmuştur.

Bertan'ın (2020), *Key Success Factors for Doing Business in Hot Air Balloon Riding* isimli çalışmasında sıcak hava balonu faaliyetleri ile müşteri memnuniyeti arasındaki ilişkiyi analiz etmeyi amaçlamıştır. Denizli- Pamukkale bölgesinde sıcak hava balonu faaliyetlerine katılan kişilerden gönüllülük esasına dayanarak balon turunun hemen sonrasında anket tekniği uygulanarak veri toplanmıştır. Toplanmış olan veriler paket program yardımıyla güvenilirlik, faktör, regresyon analizine tabi tutulmuştur. Sıcak hava balonu deneyiminin etkileri arasında en yüksek ortalama değerlerin mutluluk durumu

olduğu tespit edilmiştir. Mutluluğun ardından sırayı memnuniyet ve harcama düzeyi takip etmiştir. Sıcak hava balonu faaliyetine katılmanın mutluluk, memnuniyet ve harcama düzeyiyle ilişkili oranının, sıcak hava balonu faaliyetlerinin iyileştirilmesine verilen destekle birlikte olumlu yönde etkilendiği görülmüştür. Araştırmanın sonuçları, balon turuna katılan turistler için, balon işletmelerinin memnuniyet, mutluluk ve harcama düzeyini artırabilmek için çaba göstermesi gerektiğini ortaya koymuştur.

Ören'in (2018), *Spor Turizmi Aracılığı İle Sürdürülebilir Destinasyon Geliştirme: Hava Sporları Açısından Uşak İli Potansiyeli* isimli doktora tezi çalışmasında Uşak ili gibi deniz-kum-güneş turizminden faydalanamayan destinasyonlar için alternatif bir turizm türü olan hava sporları turizminden faydalanıp, turizmi ve dolayısıyla ekonomiyi canlandırabilmesi için sürdürülebilir bir destinasyona yönelik ölçeklerin geliştirilebilmesini ve bu konuda uzman görüşlerini de alarak destinasyon yönetimine, literatüre ve pazarlama çabalarında karar alıcılara yol gösterebilmeyi amaçlamıştır. Araştırma kapsamında nicel ve nitel veri toplama yöntemi kullanılarak 333 hava sporu turistinden maksimum çeşitlilik ve kartopu örnekleme stratejileri kullanarak veri seti meydana getirilmiştir. Uşak bölgesinde yaşayanların evreni oluşturduğu çalışmada basit rastlantısal örnekleme stratejisi yardımıyla 527 yerli halktan yüz yüze görüşme tekniği vasıtasıyla veriler elde edilmiştir. Hava sporu uzmanları, yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve işletmelerden maksimum örnekleme stratejisi vasıtasıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler ve literatür taramasının ardından GFZT analizi yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda yerli halkın ekonomik, çevresel ve sosyokültürel açıdan destinasyondan beklentilerini ortaya koyabilecek ölçekler geliştirilmiştir. Uşak ilinin hava sporu turizminin gerçekleştirilebilmesi için gerekli doğal güzelliklere sahip olduğu tespit edilmiştir. Uşak ilinde işlevsel bir turizm yönetim modeli tespit edilememiştir. Doğal ve kültürel değerlerin korunmasını sağlamak ve bu değerleri turizm açısından faydalanılabilir hale getirmek için destinasyon yönetim modeline ve stratejik pazarlama planına ihtiyaç duyulduğu görülmüştür.

Can vd., (2017), *Balonla Uçuş Deneyiminin Turistlerin Tatil Memnuniyetindeki Yeri ve Davranışsal Eğilimlerine Etkisi* isimli araştırmalarında Kapadokya destinasyonunda sıcak hava balonu ile uçuş deneyimi yaşayan turistlerin, bu uçuş deneyiminin genel tatil programı içerisinde nasıl bir öneme sahip olduğunu tespit edebilmek ve bu uçuşun turistlerin davranışsal eğilimlerine hangi yönde etki ettiğini

belirleyebilmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda Kapadokya destinasyonunda gerçekleştirilen balon uçuşlarının tatil memnuniyetini artırdığı ve aklıda kalıcılığı artırdığı gözlenmiştir. Aynı zamanda turistlerin bölgeyi tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği görülmüştür.

Özen'in (2017), *Deneyimsel Tüketim, Destinasyon İmaj Algısı ve Davranışsal Sonuçları İlişkisi: Kapadokya Sıcak Hava Balon Deneyimi* doktora tezinde Kapadokya'da balon uçuşu deneyimine katılan turistlerin deneyim değerini belirleyebilmek ve bu deneyimin değerinin davranışsal sonuçları açısından inceleyebilmeyi hedeflemiştir. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış ve 406 ziyaretçiden veri toplanmıştır. Çalışmanın sonucunda; sıcak hava balonu deneyim değerinin ziyaretçilerin geleceğe yönelik davranışsal niyetlerinde güçlü ve anlamlı bir etki oluşturduğu, sıcak hava balonu deneyim değerinin Kapadokya bölgesinin imajının yenilenmesi/değişiminde anlamı ve güçlü etki yarattığı, sıcak hava balonu deneyimi ile davranışsal niyetler arasında, destinasyon imaj farklılaşmasının, tam bir düzenleyicilik etkisi oluşturduğu tespit edilmiştir.

Pavić vd., (2013), isimli çalışmalarında Sırbistan'ın en çok turist çeken bölgelerinden biri olan Niska Banja ele alınmaktadır. Genellikle sağlık turizmi ile ilgi çeken bölgenin potansiyel bir yamaç paraşütü sporu mekânı olduğu ve bu nedenle de yamaç paraşütü turizmini alternatif bir turizm türü olarak bölgede geliştirilmesi gerektiğini düşünmektedirler. Pazarlama karması kullanılarak hafta sonları yamaç paraşütünü aktif bir turizm ürünü haline getirmenin yöntemleri üzerinde çalışılmıştır. Aynı zamanda bölgenin yeni bir turistik ürün ile turistik değerini artıracaklarını göstermek çalışmanın amaçlarından biridir.

Ammar'ın (2017), *Studying Balloon Activity in Luxor* isimli çalışmasında Mısır'ın Luksor bölgesinde balon faaliyetlerinin bölge turizminin önemli bir parçası olduğunu ve maceraya dayalı bir faaliyet olarak görüldüğünü ifade etmiştir. Araştırmada amaç turistlerin memnuniyet düzeyini ve güvenlik önlemlerini değerlendirmeye çalışmak olarak belirlenmiştir. Balon aktivitesine katılan 30 turist ile röportaj yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda elde edilen veriler analiz edildikten sonra Luksor'daki balon faaliyetlerinin başarısının tüm faktörlerine rağmen, uygun bir konuma sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda çalışma, güvenlik önlemlerinin yeterli olmadığını

ortaya koymuştur. Rekreaktif faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, güvenlik sorunlarının giderilmesi, nitelikli personel çalıştırılması, rekabet olmasından dolayı fiyatların uygun tutulması gerektiği çalışmada öneriler olarak sunulmuştur.

Şahin'in (2014), *Investigating the Motivations and Expectations of Individuals Interested in Paragliding* isimli çalışmasında yamaç paraşütü sporuyla ilgilenen kişilerin motivasyon ve beklentilerini incelemek amaç olarak ele alınmıştır. Medeni durum, yaş, cinsiyet gibi demografik faktörler ile motivasyon/beklentiler arasında anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Yamaç paraşütü yapan kişilerin bu sporu daha sağlıklı olmak ve spordan zevk aldıkları için bu sporla ilgilendikleri araştırma sonucunda ortaya çıkan sonuçlar arasındadır. Aynı zamanda kişinin yakın çevresinde bir antrenörün bulunması ya da çevresinin yamaç paraşütüne yönlendirmesinin bu spora başlamada etkili olduğu görülmüştür. Ailenin etkisi ya da bu sporda meşhur olma isteğinin yamaç paraşütü yapmada etkisi olmamıştır. Sonuçlar arasında genç bireylerin yamaç paraşütü sporuna daha eğilimli olduğu da vardır.

Tuban'ın (2019), *Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Yamaç Paraşütü: Uçmaktelere Üzerine Bir Çalışma* isimli yüksek lisans tezinde Tekirdağ ilinin Uçmaktelere bölgesinin yamaç paraşütü potansiyelinin olduğunu ve yeterince faydalanılmamış olduğundan dolayı araştırma sonucunda elde edilen veriler ile swot analizi yapılarak bölgenin alternatif bir turizm ürünü olan yamaç paraşütünden yeterince faydalanması için güçlü, zayıf yönleri; tehdit ve fırsatları ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu bilgiler doğrultusunda önlemler alındığında ve bölgedeki şartlar geliştirildiğinde yamaç paraşütünden daha iyi faydalanılacağı düşünülmektedir.

### **1.7. Denizli'de Hava Sporları Turizmi**

Denizli Türkiye'nin Ege Bölgesinde yer alan ülkemizin 15. Büyük şehir merkezidir. Kültür, turizm, sanayi, eğitim, sanat, tekstil ve ticaret alanlarında Türkiye'nin en gelişmiş kentlerinden biri olduğu bilinmektedir. Tekstil ürünleri ve bölgeye özgü Denizli horozu ile meşhurdur. Aynı zamanda Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA) merkezi Denizli'de yer almaktadır (tr.wikipedia.org).

Ege, Akdeniz ve İç Anadolu Bölgeleri arasında bir geçit görevi gören Denizli, antik dönemlerde de bir kavşak noktası görevi görmekler beraber günümüzde de aynı işlevini sürdürmeye devam etmektedir. Aynı zamanda antik dönemde önemli bir yerleşim merkezi görevi gören Denizli ili, Lycos Vadisi içerisinde bulunan, verimli toprakları,



iklimi, tarihi, doğal güzellikleri ve arkeolojik değeri ile zengin bir kent merkezi konumundadır (denizli.ktb.gov.tr). Denizli'nin Pamukkale bölgesi en bilindik turistik merkezlerindedir. Beyaz travertenleri, tarihi dokusu, termal suları ile hem ülke turizmi hem de il turizmi açısından oldukça büyük bir öneme sahiptir (Bertan, 2009: 204). Pamukkale bölgesinde, dünyanın başka hiçbir yerinde bulunmayan üç adet termomineralli su kaynağı ve bir adet çamur kaynağı(peloid) yer almaktadır (denizli.gov.tr). Pamukkale bölgesinin diğer özelliklerinden önemli görülenler aşağıda sıralanmıştır: (denizli.gov.tr).

- Pamukkale'nin beyaz travertenlerinin oluşmasını sağlayan su 36 derece sıcaklığa sahip olmakla birlikte saniyede 300 litre debi ile akmaktadır.
- Karahayıt bölgesinde bulunan sıcak su 60 derece sıcaklığa sahiptir ve saniyede 1500 litre debi ile akmaktadır.
- Gölemezli bölgesinde bulunan sıcak su 80 derece sıcaklığa sahip olup saniyede 3200 litre debi ile akmaktadır.
- Bölge, kırmızı şifalı sulara sahip olmanın yanısıra doğal çamur kaynaklarına da sahiptir.
- Bölge, 906 km<sup>2</sup>'lik bir alana sahiptir.
- 'Kür kenti' olarak adlandırılan bölge, 1990 yılında 'Özel Çevre Koruma Bölgesi' olarak ilan edilmiştir.
- Pamukkale bölgesinde yer alan Hierapolis Antik Kenti ve Pamukkale Travertenleri UNESCO'nun dünya mirası listesinde yer almaktadır.
- Pamukkale bölgesi yüksek oksijen oranına sahip olmakla beraber 12 ay sağlık hizmeti verebilen iklim koşullarına sahiptir.
- Bölgeye ulaşım kolaydır.
- Bölgede altı adet beş yıldızlı otel ve 14.000 yatak kapasitesi mevcuttur.
- Bölgenin çevresinde Laodikya, Afrodiasias, Tripolis Antik kentleri yer almaktadır.

Yukarıdaki maddelerde Pamukkale bölgesinin bazı özelliklerine yer verilmiştir. Ancak Denizli turizmi sadece Pamukkale bölgesi ya da termal turizm ile sınırlanamayacak kadar kapsamlıdır. Denizli ilinde gerçekleşen farklı turizm türleri

bulunmaktadır. Bunlar: Kültür turizmi, eko turizm, inanç turizmi, spor turizmi, kongre turizmidir. Aynı zamanda kentte iki adet bakanlıĝa baĝlı müze ve  ren yeri bulunmektedir (denizli.ktb.gov.tr). Denizli ilindeki bakanlıĝa baĝlı iki müzede 35.927 eser, bir özel müzede ise 2.111 eser olduĝu kayıtlara geçmiştir. Denizli ilinde 2018 yılında iki müze ve iki  ren yerini 2.413.851 kişinin ziyaret ettiĝi, 107.632 adet ise müze kart satıldıĝı bilinmektedir. Sadece müzelere gelen ziyaretçi sayısı baz alındıĝında bile Denizli turizminin oldukça canlı olduĝunu söylemek mümkündür (ntv.com.tr).

Denizli ilinde spor turizminin de canlı ve çeşitli söylemek doĝru olacaktır. Bölgede spor turizmi kapsamında; kış sporları, su sporları, bisiklet turları ve daĝ yürüyüşü, hava sporları faaliyetleri yürütülmektedir (denizli.ktb.gov.tr). Bölgede hava sporları turizmi ele alındıĝında birçok hava sporu türünün gerçekleşebilmesine olanak saĝlamaktadır. Sıcak hava balonu, yamaç paraşütü, paraşüt gibi turistik faaliyetlerde kullanılmak üzere faaliyet göstermektedir. Honaz daĝının bu bölgede bulunması hava sporları açısından bölge açısından eşsiz bir coĝrafi özellik taşımaktadır.

1997 yılında dünya genelinde ilk defa gerçekleştirilmiş olan birinci dünya hava oyunları Honaz Daĝı ve  okelez Daĝının eteklerinde Pamukkale  ren yerinde gerçekleşmiştir. Bu bölgelerde hala daha aktif bir şekilde yamaç paraşütü yapılmaya devam etmektedir. Bölgedeki yamaç paraşütü parkurları şu şekildedir (denizli.ktb.gov.tr):

-  okelez Daĝı eteklerinden Pamukkale  ren yerine kadar olan bölüm,
- Dodurgalar keloĝlan Maĝarası,
- Göktepe Daĝı- G ve lik Kasabası
- Tavas- Bozdaĝ
-  ameli- Yaylacık Daĝı Bölgelerinde yamaç paraşütü sporu yapılmaktadır.

Yamaç paraşütü sporu, turizm açısından da bölgeyi canlandırmaktadır. Kent genelinde 150, Pamukkale Bölgesinde ise günlük ortalama 50-60 yamaç paraşütü uçuşu ger ekleřtiĝi, bu uçuşlara en çok ilgi gösteren turist kesiminin Çin asıllı olduĝu bilinmektedir (cumhuriyet.com.tr).

Yamaç paraşütü sporunun yanısıra sıcak hava balonu turizminin de bölgede oldukça ilgi  ektiĝini söylemek mümkündür. 2017 senesinde sıcak hava balonculuĝu potansiyelinin geliştirilmesi maksadıyla Pamukkale bölgesini de balon uçuşlarına

açmıştır. Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü bu kapsamda beş işletmeye sıcak hava balonuyla ticari havacılık faaliyeti yapmak üzere beş işletmeye ruhsat vermiştir. Üç işletmeye ise ön izin vererek gerekli şartları tamamladıktan sonra ruhsat vereceğini ifade etmiştir (web.shgm.gov.tr). Sıcak hava balonu işletmelerinin sayısı giderek artarak günümüz itibarıyla 11'e ulaşmıştır (web.shgm.gov.tr).

2018 yılında günde ortalama 500 kişinin, yıl genelinde ise 35.000 bin yerli ve yabancı turistin katılım gösterdiği sıcak hava balonu, 2019 yılının ocak- ekim döneminde 153.111 katılımcı sayısına ulaşmıştır. Bu katılımcıların yüzde yetmiş gibi büyük bir çoğunluğunun Çin asıllı olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda ülkemizde Kapadokya'dan sonra en çok sıcak hava balonu turunun Denizli'de gerçekleştiği bilinmektedir (aa.com; beyazgazete.com). Bu bilgilerden yola çıkarak Denizli ilinin havacılık ve hava sporları turizmi anlamında katlanan bir başarısı olduğunu söylemek mümkündür. Kentin alışlagelmiş olan termal turizminin yanında hava sporları turizminin de bu şekilde başarı göstermesi bu alana daha fazla yönelmek gerektiği düşüncesini ortaya çıkarmıştır. Bu alanda kentin kendini daha fazla geliştirmesi hem ekonomik anlamda hem de turizm anlamında oldukça yararlı olacaktır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TURİZM VE DENEYİM-MEMNUNİYET İLİŞKİSİ

#### 2.1. Deneyim Kavramı

Türk Dil Kurumu'nun tanımına göre deneyim bir kişinin belirli bir süre içerisinde ya da yaşamı süresinde edindiği bilgiler olarak tanımlanmıştır (TDK, 2020). Farklı bir tanımı da belli bir zaman diliminde bir şeyler yaparak edindiğimiz bilgiler ve beceriler ve bunları elde etme süreci olarak ifade edilmiştir (oxfordlearnersdictionaries.com). Bu tanımlardan yola çıkarak deneyim kişilerin zamanla elde ettiği, yaşanan olaylarla birlikte zenginleşen ve derinleşen bir kavram olarak tanımlamak mümkündür.

Deneyim her birey için ayrı değerlendirilmelidir. Her insanın olaylar karşısında aynı deneyimi oluşturması beklenemez. Deneyimler bireysel olarak kişinin ilgisini çeken olaylardır. (Pine ve Gilmore, 1999:18). Aynı zamanda kişilerin kazandıkları deneyimler onları bir şekilde etkileyen ve unutulmaz olan olayları temsil etmektedirler (Mendes vd., 2010: 112). Kişilerin deneyim kazanabilmeleri için farklı kaynaklara ihtiyacı vardır. Bu kaynaklarda en çok bahsi geçenler; vakit ve maddiyattır. Fakat önemli olan tek kaynak bunlar değildir. Farklı kişisel kaynaklar da deneyimin oluşması için etkili olabilmektedir (Aho, 2001: 34).

Aşağıda önemli kişisel deneyim kaynakları sıralanmıştır (Aho, 2001: 34):

- Düşünmek, planlamak, öngörmek, almak ve deneyimin gerçekleşmesi,
- Deneyim kapsamındaki hizmetleri satın alabilmek için para,
- Daha önce gerçekleşen deneyimler ile mevcut deneyimleri karşılaştırmak, değerlendirmek ve seçim yapmak için bilgi,
- Deneyim yaşayamaya hazır olmak ve kendini geliştirme becerisi,
- Olması planlanmayan olaylara ve yeni gelişmelere açık olmak,
- Deneyim beklentisi, iletilmesi ve paylaşılması için sosyal ağlar.

Kişilerin deneyim kaynağı potansiyeli, yukarıda sıralanan kaynak türlerinin etkin bir birleşimidir (Aho, 2001: 34).

## 2.2. Turizm Deneyimi

Turizm, kişilerin farklı destinasyonlara gitmesini sağlayarak, istekli ve bilinçli olarak deneyim yaşamasını sağlamaktadır (Aho, 2001: 34). Turizmden kaynaklanan deneyim ise yaşadığı bölgeden farklı bir bölgeye sınırlı bir süreyle giden turistin seyahat başlangıcından sonuna kadar edindiği bilgi ve hizmet akışından oluşmaktadır. Aynı zamanda uzun süreli hafızaya yer edecek kadar güçlü bir deneyim çeşidi olduğu düşünülmektedir (Mendes vd., 2010: 112, Larsen, 2007: 15).

Turizm deneyimi soyut bir deneyim olmakla birlikte, sınırlı bir ömre sahip değildir. Yani zevkli bir turizm deneyimi hatırlanabilir, aynı deneyime sahip kişilerle paylaşılabilir ve yayılabilir bir özelliğe sahiptir (Chen vd., 2017: 29).

Turistler, deneyim gerçekleşmeden önce ideal deneyimi kafasında canlandırmakta ve sonrasında gerçek deneyim yaşandığında kıyaslama yaparak beklentilerinin gerçekleşip gerçekleşmediğini anlamaktadırlar. Genellikle olumlu beklentiler içerisinde olunmasından dolayı iyi olması hayal edilen turizm deneyimi esnasında beklenmeyen kötü durumlarla karşılaştıklarında duygusal olarak olumsuz etkilenebilmekte ve kötü bir anı olarak akıllarında kalabilmektedir (Keskin vd., 2020: 240, Lin ve Kuo, 2016: 85).

Aho (2001), Turistik deneyimleri dört farklı şekilde ele almıştır:

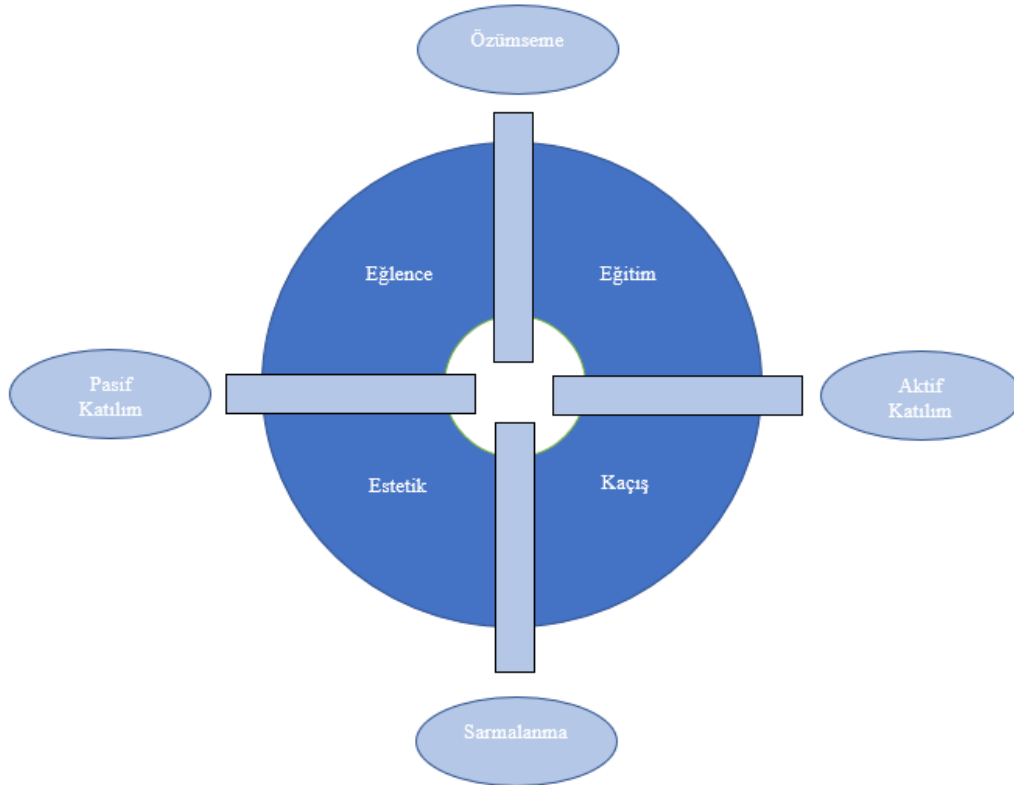
1. Duygusal Deneyimler: Deneyimin konusu kapsamında, hissedilen ve kaydedilen izlenimlerdir.
2. Bilgilendirici Deneyimler: Deneyime dayalı bilgilerden oluşan, entelektüel intibaları ve öğrenme durumunu kapsamaktadır.
3. Uygulama Deneyimleri: Deneyim sırasında bazı yetenekleri (dağcılık, tenis vb.) geliştirmeyi kapsamaktadır.
4. Dönüşüm Deneyimleri: Kişinin yaşam tarzında, zihninde ya da bedeninde kalıcı olan değişiklikleri kapsamaktadır.

Kişiler, yaşamış oldukları turizm amaçlı seyahatlerinde farklı deneyimler yaşamakta, birçok faaliyete katılmakta, turistik ürünler keşfetmekte, farklı kültürlerle tanışmakta, yeni yerler görmekte ve bunların sonucunda kendilerini zihin ve beden olarak yenilemektedirler (Keskin vd., 2020: 239).

### 2.3. Deneyimin Boyutları

Deneyimler, müşterilerin eğlendirilmesine yönelik değil, ilgilerini çekmeye yönelik olmalıdır. Bir deneyim birkaç farklı boyutta müşterilerin ilgisini çekebilmektedirler (Pine ve Gilmore, 1999: 41). Pine ve Gilmore (1999: 41), tarafından oluşturulan deneyim boyutları aşağıdaki şekilde verilmiştir:

**Şekil 8. Deneyim Alanları**



Kaynak: Pine ve Gilmore, 1999: 41

Yukarıdaki boyutlardan en önemli olan iki tanesi eksenlerde görülmektedir. Yatay ekseninde yer alan birinci boyut konuk katılımını ifade etmektedir. Spektrumun bir ucunda müşterilerin performansa direkt etkide bulunmadığı pasif katılım yer almakta ve bu katılımcılara örnek olarak olayı yalnızca izleyici ya da gözlemci olarak yaşayan senfoni konseri ilgilileri sayılabilmektedir. Spektrumun diğer tarafında ise müşterilerin performansa ya da deneyimi sağlayan olaya bireysel olarak etki ettiği aktif katılım yer almakta ve bu katılımcılara örnek olarak kendi deneyimlerini oluşturmak için olaya aktif bir şekilde katılan kayakçıları vermek mümkündür (Pine ve Gilmore: 1999: 42).

Deneyimin dikey gösterilen ikinci boyutunda müşterilerin olay ile veya performans ile birleşmesini sağlayan bağlantı ya da ortam ilişkisi türü tanımlanmaktadır. Dikey spektrumun bir ucunda özümseme; yani deneyimi zihinde canlandırılmasıyla zihni meşgul etme, öbür ucunda ise sarmalanma; yani fiziksel ya da sanal olarak deneyimin parçası olmak yer almaktadır (Pine ve Gilmore: 1999: 42).

### **2.3.1. Eğlence**

Kişilerin eğlence olarak gördükleri deneyimler, çoğunlukla bir gösteri seyrederken, müzik dinlerken ya da kitap okurken olduğu gibi, duyuları yardımıyla pasif olarak özümstedikleri deneyimlerdir (Pine ve Gilmore: 1999: 42).

### **2.3.2. Eğitim**

Eğitim deneyiminde konuk ya da öğrenci, önünde yaşanan olayları özümsemektedir. Eğlence deneyiminden farklı olarak eğitim deneyimi kişinin aktif katılımını içermektedir. Kişiyi gerçekten bilgilendirmek, bilgi ve becerisini artırmak amacıyla, eğitsel faaliyetlere aktif zihinsel (entelektüel eğitim için) ve/veya bedensel (fiziksel eğitim için) katılım gerekmektedir. Eğitim ciddi bir süreç olmasına rağmen bu durum katılımcının eğlenemeyeceği anlamına gelmemektedir (Pine ve Gilmore: 1999: 42).

### **2.3.3. Kaçış**

Üçüncü türden unutulmaz karşılaşmalar, yani kaçış deneyimleri eğlence ya da eğitim deneyimlerine oranla daha fazla sarmalanma boyutunu içermektedir. Saf eğlence deneyimlerinin tam karşı kutbunu oluşturmaktadır. Kaçış deneyiminin konduğu tamamen deneyimle sarmalanır ve aktif bir katılımcıdır. Kaçış deneyimini sağlayan ortamlar arasında tematik parklar, kumarhaneler, sanal gerçeklik başlıkları, internet sohbet odaları ve koruluklardaki oyun sahaları sayılabilmektedir (Pine ve Gilmore: 1999: 45).

### **2.3.4. Estetik**

Son deneyimsel alandır. Bu deneyim türünde kişi ya da kişiler ortamın içine girmektedirler fakat ortam üzerinde ya hiç etkileri yoktur ya da çok azdır. Yani estetik deneyimde kişiler olayın içine girmekte ama pasif kalmaktadırlar. Bu tür deneyime örnek olarak Büyük Kanyon kenarında durmak, sanat galerisi ya da müzesini gezmek, Kentucky derbisini izlemek maksadıyla hazırlanmış tribünde oturmak verilebilir (Pine ve Gilmore: 1999: 48).

## 2.4. Memnuniyet ve Turizm Deneyimi

Memnuniyet; memnun olma, sevinç duyma, sevinme hali olarak nitelendirilir (TDK, 2020). İngilizce’ de ise ‘satisfaction’ olarak geçmekte ve bir şey başarılığında ya da olması istenilen bir duruma ulaşıldığında sahip olunan hissiyat anlamına gelmektedir (oxfordlearnersdictionaries.com).

Turistik seyahat süresince yaşanan deneyimler, turistlerde birtakım etkiler bırakmaktadır. Varış yerine gidilen süreden, varış yerinden dönene kadar yaşanan deneyimlerin olumlu yönde olması turistlerin memnuniyet duymasını sağlayabilmektedir.

Turizm pazarlamasında büyük bir yeri olan tüketici memnuniyeti, hizmet alan kişilerin istek ve beklentilerini göz önünde bulundurularak sağlanabilmektedir. Yani turistik ürün hizmet alanın beklentisine göre belli bir performans seviyesine ulaşırsa memnuniyet sağlanır, kısacası memnuniyet karşılanması beklenen hizmetlerden doğmaktadır (Maunier ve Camelis, 2013: 20, İlban vd., 2016: 184). Aynı zamanda turistin beklentilerinin karşılanmaması ya da hizmetin beklenen performansın altında olması halinde deneyimin olumsuz olması karma seyahat ve turizm ürününün değerini düşürebilir ve bu da genel memnuniyeti azaltabilmektedir (Neal ve Gürsoy: 2008: 60).

Maunier ve Camelis (2013: 38) yapmış oldukları araştırmada turizm deneyiminin memnuniyete etki eden unsurlarının tipolojisini ortaya koymuşlardır. Memnuniyet ve memnun olmama ile ilgili unsurları üç temel unsur halinde ele almış, 14 alt unsur ortaya çıkarılmıştır. Aşağıda yer verilmiştir.



**Tablo 13. Turizm Deneyiminde Memnuniyeti Etkileyen Unsurlar**

Destinasyon ile İlgili Unsurlar	Yerel Hizmet Veren Firmalarla İlgili Unsurlar	İnsan ile İlgili Unsurlar
Doğal faktörler Kültürel faktörler Sosyo-ekonomik ve politik faktörler Kentsel politikalar	Ulaşım servisleri Konaklama hizmetleri Yiyecek/içecek hizmetleri Eğlence hizmetleri Kiralama hizmetleri (araç vb.) Diğer servisler (taksi şoförü, tur rehberi gibi)	Ev sahibi topluluk Diğer turistler (turistlerin birbiriyle etkileşime girmesi gibi) Bireysel sosyal ağ (aile, arkadaşlar gibi) Bireysel sağlık (kaza ve hastalıklar vb.)
Kaynak: Maunier ve Camelis, 2013: 38.		

Yukarıdaki tabloda turizm deneyiminin memnuniyet üzerinde etkisi olmasına sebep olan unsurlar verilmiştir.

## 2.5. Turizmde Memnuniyet ve Deneyim ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Rojas ve Camarero'nun (2018), *Visitors' Experience, Mood and Satisfaction in a Heritage Context: Evidence from an Interpretation Center* isimli çalışmalarında turizm kurum ve kuruluşlarının sunduğu hizmetler bağlamında beklentilerin, deneyimlerin ve memnuniyetin nasıl bir bağlantıya sahip olduğunu incelemiştir. Algılanan kalitenin, duyguların memnuniyet üzerinde doğrudan bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Aynı zamanda araştırma sonucunda kaliteli hizmet ve duygular arasında da bağlantı olduğunu ve de turist memnuniyetinin üretkeni olarak ruhsal iyi oluş halinin bilişsel deneyim üzerinde etkisi olduğu sonucuna varmışlardır.

Prayag vd., (2013), *The Role Of Tourists' Emotional Experiences and Satisfaction in Understanding Behavioral Intentions* isimli çalışmalarında turistlerin duygusal deneyimlerini, memnuniyetlerini ve davranışsal niyetlerini birbirine bağlayan bir modeli test etmişlerdir. Araştırmanın verilerini Unesco dünya mirası olan Petra'ya gelen turistlerden toplamışlardır. Sonuçlar, teorik olarak tahmin edilen aksine duygusal tatminin davranışsal niyetlere ile olan aracı etkisi olmadığı yönündedir.

Karasakal'ın (2020), *Akış Deneyimin Memnuniyet Üzerine Etkisi: Tatil Deneyimi Üzerine İnceleme* isimli araştırmasında akış deneyiminin (zamanın dönüşümü, ototelik deneyim, öz bilinç kaybı, odaklanma) memnuniyet üzerindeki etkisini ölçmeyi hedeflemiştir. Çalışma sonucunda ototelik deneyim ile öz bilinç kaybının memnuniyet üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Del Bosque ve San Martin'in (2008), *Tourist Satisfaction A Cognitive- Affective Model* isimli çalışmalarında bir turist, turistik deneyim öncesi ve sonrası yaşadığı bilişsel ve duygusal psikolojik süreçlerin araştırmasını yaparak turizm sektörünün tüketici psikolojisini daha iyi anlayabilmesine katkı sağlamayı amaçlamışlardır. Bu şekilde turistin psikolojik değişkenleri arasındaki karşılıklı ilişkilerin açıklanabilmesini sağlayan bir model geliştirmişlerdir. Çalışma kapsamında İspanya'da bir destinasyona ziyarete giden 807 kişiden veri toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre davranışsal niyetler üzerinde önemli etkiye sahip olan beklentiler ve duyguların; memnuniyet üzerinde de etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Chan vd., (2010), *Is customer participation in value creation a double-edged sword? Evidence from professional financial services across cultures* isimli çalışmalarında pazarlamada ortaya çıkan yeni bakış açılarını müşteri katılımları yolu ile değer tanımlamak ve birlikte değer yaratmanın bir alternatifi olarak müşterileri bir araya getirmenin yeni fırsatlar doğurabileceğini vurgulamaktadır. Müşterinin katılımının değer yaratma ve memnuniyet üzerine ilişkin hipotezleri betimleyip test etmektedirler. Elde edilen verilere göre müşteri katılımın değer yaratması müşteri memnuniyeti, çalışan memnuniyeti, çalışan performansı gibi faktörlere bağlıdır. Aynı zamanda müşteri katılımının değer yaratma üzerindeki etkileri hem müşterilerin hem de hizmet çalışanlarının kültürel değerlerine bağlı olduğu tespit edilmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar, müşterilerin ve hizmet çalışanlarının “uyumlu” kültürel değer yönelimleriyle düzenlenmesinin müşteri katılımı aracılığı ile değer yaratılmasını kolaylaştırabileceğini ifade etmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### HAVA SPORLARI TURİZMİ DENEYİMLERİNİN MEMNUNİYET ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: PAMUKKALE ÖRNEĞİ

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Alternatif turizm türleri zaman geçtikçe daha çok önem kazanmakta ve turizmin de kalitesini artıracığı ve ülkemizi de dünya ülkeleri arasında turizmde hak ettiği konuma getireceği düşünülmektedir. Aynı zamanda alternatif turizm kapsamında doğayı temel alan, eğitim maksatlı, kültüre dayalı ve hobilere yönelik turizm çeşitleri geliştirilmiş, spor ve doğaya dayalı sportif faaliyetleri kapsayan turizm türlerine talep gün geçtikçe artış gösterilmiştir (Çelik, 2018: 195).

Sportif faaliyetleri içeren turizm türü, turizmde en hızlı büyüme oranına sahiptir. Turistler, seyahatin ana nedeni spor turizmi olsun ya da olmasın bir şekilde sportif faaliyetleri gezilerine dahil etmekte, bu kişilerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır (unwto.org). Spor turizmi, turizmin gelişme göstermesi için bir fırsattır. Bölgeye özgü kaynakların, meslek ve uzmanlık alanlarının aracılığıyla destinasyonların farklı yönleri ortaya çıkarılması ve itibar kazandırılması mümkündür. (Radicchi, 2013: 45). Destinasyonun turizm yelpazesini genişleterek çekiciliğini ve rekabet edebilirliğini artırması spor turizminin olası getirilerindedir. Aynı zamanda bu durum destinasyona gelenlerin kalış sürelerini uzatmalarını, daha fazla harcama yapmalarını da mümkün hale gelmesini sağlamaktadır (web.unwto). Pamukkale Bölgesi ele alındığında bu durum destinasyon için oldukça faydalı olacaktır. Konaklama süresinin tek gece ile sınırlı olduğu bölgede sürenin uzatılabilmesi için hava sporları turizmi bulunmaz bir fırsattır. Araştırmanın amaçları arasında bölgedeki tek gecelik kalış süresini hava sporları turizmi deneyiminden duyulan memnuniyetin, araştırmanın bulguları kapsamında değerlendirilerek; korunması ve artırılması ve bu sayede destinasyonu ziyaret edenlerin kalış süresini uzatmak vardır.

Ülkemiz hava sporları açısından değerlendirildiğinde bu turizm türüne oldukça elverişlidir. Beraberinde doğal güzellikler ve hava koşulları da ele alındığında turistler için bir çekim merkezi haline gelmektedir (Ören ve Yüzbaşıoğlu, 2019: 3925). Pamukkale bölgesi hem doğal güzellikler hem de hava şartları açısından düşünüldüğünde turistik hafif hava aracı deneyimlerinin memnuniyeti olumlu yönde etkileyebileceği sonucuna varılabilmektedir. Araştırmanın amaçlarından biri bölgede yaşanan hafif hava

aracı deneyimlerinin memnuniyeti etkileyip/etkilemediğini toplanan veriler vasıtasıyla tespit ederek pozitif/negatif ilişki kurabilmektir.

Turistik hafif hava araçlarının, turistik ürün çeşidine katkı sağladığı düşünülmektedir. Fakat bu alanda araştırmaların literatür incelendiğinde yeterli düzeyde olmadığı görülecektir. Bu nedenle bilimsel birikime katkıda bulunmak araştırmanın amaçları arasındadır. Turistik hafif hava araçlarından elde edilen faydayı bölge için en üst düzeye çıkarabilmek ve bunun için yapılması gerekenleri belirleyebilmek adına araştırma bir öncü araştırma niteliğinde olacaktır.

Hava araçları deneyimlemeleri üzerinden bu faaliyetlerin gelen turist açısından deneyim değerini anlamlandırmak ve kategorize etmek çalışmanın özgün değerini ve önemini ortaya çıkarmaktadır. Daha önce bu şekilde bir çalışmanın literatürde yer almaması araştırmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır.

### **3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları**

- Araştırmanın veri toplama aşamasında 2020 yılının mart ayına kadar kolayda örneklem ile yüz yüze gerçekleştirilirken, mart ayı sonrasında covid-19 salgını nedeni ile online veri toplama yöntemine geçilmiştir.
- Araştırma kapsamında Pamukkale Bölgesinde hava sporları faaliyetlerine katılan bireylerden ulaşılabilenlerden veriler toplanmıştır.
- Araştırma sahası yalnızca Pamukkale Bölgesi ile sınırlıdır.
- Yabancı uyruklu katılımcılarla dil konusunda anlaşma güçlüğü yaşandığı için anket formunun dağıtılması işlemi için profesyonel turist rehberlerinden destek alınmıştır.

### **3.3. Araştırmanın Soruları**

- Araştırmadan elde edilen veriler Pamukkale Bölgesi hava sporları faaliyetleri düzenleyen paydaşlarla paylaşılarak, bölgenin hava sporları alanında daha üst düzeye çıkmasında fayda sağlanabilir mi?
- Araştırmadan elde edilen demografik verilerle turistik hafif hava araçlarına katılan turist profili üzerinde genel bir bilgi edinilebilir mi?

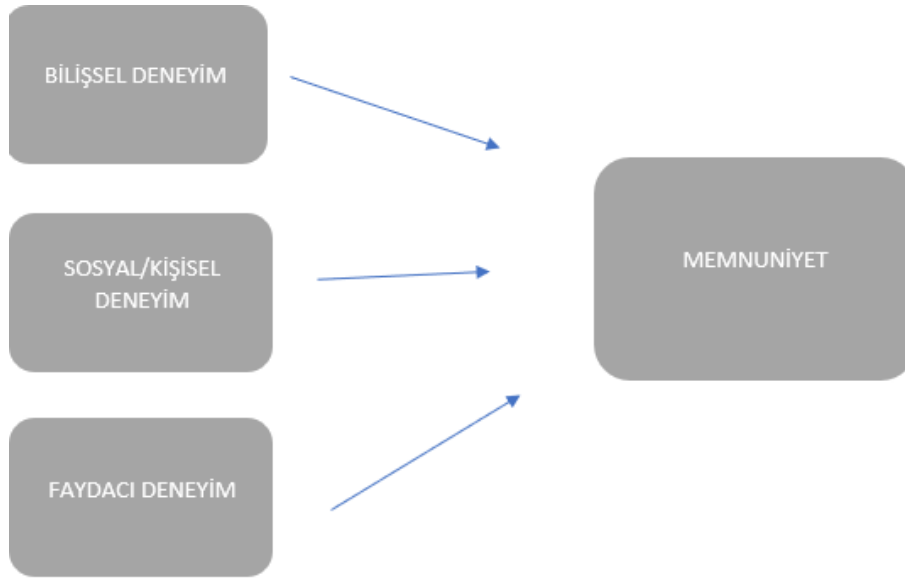
- Pamukkale Bölgesinde gerçekleşen hava sporları turizmi deneyiminin turist memnuniyeti üzerinde rolü var mıdır?
- Hava sporları turizminde hangi deneyim türleri ne derecede memnuniyet üzerinde etkilidir?

### 3.4. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Araştırmanın modeli turistik hafif hava araçlarında yaşanan deneyim ile memnuniyet arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek amacıyla oluşturulmuştur.

Araştırmanın temel gayesinin bir model olarak ifade edilmesiyle ortaya çıkan araştırma modeli, Şekil 9 da verilmiştir

**Şekil 9. Araştırma Modeli**



Araştırma kapsamında denenecek hipotezler şunlardır:

**H1:** Turistik hafif hava araçlarında yaşanan bilişsel deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.

**H2:** Turistik hafif hava araçlarında yaşanan sosyal deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.

**H3:** Turistik hafif hava araçlarında yaşanan faydacı deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.

### 3.5. Araştırmanın Varsayımları

- Araştırma kapsamında turistik hafif hava araçları deneyiminin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisini ölçmeye yönelik hazırlanan soru formu yeterlidir.
- Katılımcıların soru formuna eksiksiz ve doğru bir şekilde yanıt verdikleri kabul edilmiştir.
- Katılımcıların soru formunu yanıtlarken dış faktörlerden etkilenmedikleri düşünülmüştür.
- Ölçüm aracının geçerli ve güvenilir veriler elde ettiği düşünülmüştür.

### 3.6. Araştırmanın Problem Durumu

Turizm, birbirinden farklı olay ve ilişkileri kapsamına alabilen bir olgudur. Aynı zamanda günümüz turizmine ulaşana kadar çeşitli aşamalardan geçmiştir. Turistik hareket olayı ilk zamanlarında aristokratik ve kişisel turizm özellikleri göstermekteyken daha sonraları yerini sosyal ve kitlesel turizme bırakmıştır (Hazar, 2007: 13). Turizmin gelişmesinde en hızlandırıcı etkiyi endüstri devriminin yarattığı, modern turizmin oluşmasını sağlayan unsurların bu dönemde temelini atıldığı düşünülmektedir (Şebin, 2018: 13).

Turizmin yakın çağ döneminde hızlı bir şekilde gelişme göstermesi; teknolojik gelişmeler, dünyanın hemen her bölgesinde ulusal ya da uluslararası turizm birimleri bulunması ve turistik faaliyete katılmak isteyen kişilere kolaylıklar sağlanması, kişilerin boş vakitlerinin artması sebebiyle tatil düşüncesine yönelmesi, dar gelirli kesime yönelik tatil fırsatlarının sunulması, döviz işlemlerinin kolaylaşması, turizm faaliyetine katılan turistlerin sosyal güvencelerinin devlet vasıtasıyla güvenceye alınması, kişilerin yabancı turistlere hoşgörü ile yaklaşması gibi sebeplere bağlanmaktadır (Akın, 2018: 33). Turizmin bu şekilde hızlı gelişme göstermesi ülkelere ekonomik ve sosyo kültürel olarak katkı sağlamaktadır. Fakat kitlesel turizmde genellikle tercih sebebi olan deniz-kum-güneş turizminden istifade edemeyen ülkeler de olmuştur. Bundan dolayı, bu ülkeler sahip oldukları doğal, kültürel, tarihi, fiziksel kaynaklardan yola çıkarak yeni turistik ürün arayışı içerisine girmişlerdir. Bu durum alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Albayrak, 2013: 33).

Alternatif turizm kavramının ülkemiz içinde oldukça getiri sağlayan bir kavram olduğu açıktır. Farklı turizm türlerinin ortaya çıkması ve potansiyeli keşfedilmemiş olan destinasyonların turizmden payını alabilmesi hem ülkenin turizm imajı için hem de ekonomisi için artı değer sağlamaktadır. Araştırma kapsamında incelenen hava sporları turizmi de alternatif turizmin başlığı altında incelenmektedir. Denizli'nin Pamukkale Bölgesinde faaliyet gösteren hava sporları aracılığıyla yapılan turizm faaliyetleri kent ve ülke ekonomisine artı değer kazandırmada önemli bir rol oynamaktadır. Sadece sıcak hava balonlarına 2019 yılının ocak-ekim arasındaki dönemde 153.000 turist katılım göstermesi bu düşünceyi kanıtlar niteliktedir (trthaber.com).

Pamukkale bölgesinin hava sporları potansiyelinin oldukça yüksek olmasına rağmen bu konuda kapsamlı bir araştırmanın yapılmamış olmasının eksiklik olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda yapılacak araştırmanın bölgedeki havacılık işletmelerine, pazarlama stratejilerine yön vermeye, bölge refahını artırmaya ve Pamukkale Bölgesinin turizm pastasından aldığı payı turist ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda artırmayı hedeflemektedir.

### **3.7. Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Yöntemi**

Araştırmanın evrenini Pamukkale Bölgesinde hava sporları faaliyetlerine katılan yerli/yabancı turistler oluşturmaktadır. Örnekleme evreni içerisinden kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 313 yerli/yabancı turistten oluşmaktadır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde birincil kaynaklardan faydalanılmış ve bu gaye ile nicel araştırma yöntemlerinden biri olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Anket formu oluşturulurken literatür taraması yapılmış, bu doğrultuda amaca uygun ifadeler derlenmiştir. İfadelerin bir kısmı faktör yüklerinden dolayı bir kısmı ise pilot test sonrasında anlaşılmayan kısımlar ve güvenilirliği düşük ifadeler çıkartılmıştır. Anket formunun son hali 14 ifadeden oluşmaktadır. Anket formuna ait ifadelerin belirlenmesinde Ryan ve Connell (1989), Füller (2010), Füller (2006), Chan vd., (2010), Sweeney (2001), Homburg, C., Wieseke, J., & Bornemann, T. (2009), Homburg, C., Wieseke, J., & Hoyer, W. D. (2009) çalışmalarından uyarlanmıştır.

Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde turistik hafif hava araçlarını deneyiminin memnuniyet üzerinde etkisini belirlemeye yönelik ifadeler almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Anket formunun ifadeleri beşli likert tipinde derecelendirme

şeklinde düzenlenmiştir. Anket, üç farklı dile (İngilizce, Çince, Türkçe) uzmanlar tarafından çevrilmiş ve kontrolü sağlanmıştır. İngilizce diline çevrilme işlemi İngilizce öğretmenleri tarafından çevrilmiş ve kontrolü sağlanmış, Çin Diline çevirme işlemi yeminli tercüman tarafından çevrilmiş ve turist rehberleri tarafından kontrolü sağlanmıştır. Araştırmada en doğru sonuçların elde edilebilmesi için anket soruları pilot çalışmayla teste tabi tutulmuştur. Pilot test çalışması için 30 anket ele alınmıştır. 2019 Kasım- 2020 Haziran tarih aralığında 313 turistin katılımıyla anketler tamamlanmıştır. Covid-19 salgını nedeniyle 2020 Mart ayından sonra anketler online yollarla katılımcılara ulaştırılmıştır. Online olarak anket cevaplayan kişi sayısı 102'dir. Anketler Pamukkale Bölgesindeki otellerde ve hava sporları turizmi araçları faaliyeti hizmeti sağlayan işletmelerde gerçekleştirilmiştir. Anket formu Ek-1 de olduğu gibidir.

Yapılan bu çalışmada katılımcılardan elde edilen nicel veriler istatistik paket programı aracılığı ile analiz edilmiştir. Araştırma için kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerini test etmek için Cronbach Alfa katsayısı yöntemi, geçerliliklerini test etmek için faktör analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analizi yapılarak bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki incelenmiş, etki durumları tespit edilmiş ve hipotezlerin kabul ya da reddine karar verilmiştir.

### **3.8. Araştırma Bulguları**

Turistik hafif hava araçlarında yaşanan deneyimin memnuniyet üzerine olan etkisini ölçmeye yönelik Pamukkale bölgesinde yapılan araştırmaya ilişkin bulgular aşağıda yer almaktadır.

#### **3.8.1. Demografik Özelliklere İlişkin Tespitler**

Araştırmaya katılan turistlerin demografik özelliklerine ilişkin frekans(f) ve yüzde (%) dağılımları aşağıdaki tablolarda verilmiştir.



**Tablo 14. Katılımcıların Cinsiyetlerine Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı**

	Frekans(n)	Yüzde (%)
Kadın	136	43.5
Erkek	177	56.5
Toplam	313	100

Tabloda 313 katılımcıdan 136'sının kadın olduğu ve %43,5 tekabül ettiği, 177'sinin erkek olduğu ve %56,5 tekabül ettiği görülmektedir. Katılımcıların tamamı cinsiyet ile ilgili soruya cevap vermişlerdir.

**Tablo 15. Katılımcıların Mesleki Durumlarına Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı**

	Frekans(n)	Yüzde (%)
İşçi	68	21.7
Öğrenci	51	16.3
Memur	54	17.3
Serbest Meslek	57	18.2
Emekli	38	12.1
Diğer	45	14.4
Toplam	313	100

Tabloda gösterilen 68 kişinin işçi olduğu ve %21,7'lik bir orana tekabül ettiği, 51 kişinin öğrenci olduğu ve %16,3'lük bir orana tekabül ettiği, 54 kişinin memur olduğu ve 17, 3'lük bir orana tekabül ettiği, 57 kişinin serbest meslek çalışanı olduğu ve %18, 2'lik bir orana tekabül ettiği, 38 kişinin emekli olduğu ve 12,1'lik bir orana tekabül ettiği, diğer meslek grubunda çalışanların 45 kişi olduğu ve %14, 4'lük bir orana sahip olduğu görülmüştür. Katılımcılardan tamamı bu soruya yanıt vermişlerdir.

**Tablo 16. Katılımcıların Gelirlerine Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı**

	Frekans(n)	Yüzde (%)
5.999 ve daha az	6	1, 9
6.000-11.999	10	3, 2
12.000-17.999	21	6, 7
18.000-23.999	30	9, 6
24.000-29.999	40	12, 8
30.000-35.999	55	17, 6
36.000-41.999	57	18, 2
42.000 ve daha fazla	93	29, 7
Toplam	312	99, 0
Yanıtlanmayan	1	,3

Katılımcılardan 93 kişinin yani %29, 7'lik büyük bir çoğunluğun 42.000 ve üzerinde gelire sahip olduğu görülmüştür. Sırayı ikincilikle 36.000-41.999 (%18, 2) 57 kişi, üçüncülükle 30.000-35.999 (%17, 6) 55 kişi, dördüncülükle 24.000-29.999 (%9, 6) 30 kişi, beşincilikle 12.000- 17.999 (%6, 7) 21 kişi, altıncılıkla 6.000-11.999 (%3, 2) 10 kişi ve son olarak 5.999 ve daha az gelir ile %1, 9'luk bir dilime tekabül eden 6 kişi tamamlamıştır. Katılımcılardan yalnızca bir tanesi soruya yanıt vermemiştir. Tablodaki bulgulardan yola çıkarak turistik hafif hava aracı faaliyetlerine genel olarak yüksek gelirli kişilerin katıldığını, gelir azaldıkça katılım oranının da düştüğünü söylemek mümkün olacaktır.

**Tablo 17. Katılımcıların Destinasyona Geliş Türüne Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı**

	Frekans (n)	Yüzde (%)
Kendim	135	43, 1
Seyahat Acentesi	174	55,6
Toplam	313	100
Yanıtlanmayan	2	,6

Katılımcılardan seyahat acentesi ile gelenlerinin %55, 6'lık bir oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Fakat kendi gelenler de %43, 1 orana sahiptir ve aralarında çok fazla bir fark bulunmamaktadır. Bu soruyu yanıtlamayan iki kişi olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 18. Katılımcıların Milliyetine Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı**

	Frekans (n)	Yüzde (%)
Türk	152	48,6
Çinli	98	31,3
Diğer Milletler	63	20,1
Toplam	313	100

Katılımcıların %48,6'lık bir oranı (152 kişi) Türk Milliyetindedir. Geri kalan katılımcıların dağılımı; 98 kişi ve %31,3 oranla Çin Milliyetinden, 63 kişi ve %20,1 oranla diğer milliyetlere mensup olduğu görülmüştür. Ankete katılanların tamamı bu ifadeyi yanıtlamışlardır.

**Tablo 19. Katılımcıların Yaşlarına Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı**

	Frekans (n)	Yüzde (%)
25 yaş ve altı	43	13,7
26- 30	50	16,0
31- 35	50	16,0
36- 40	46	14,7
41- 45	44	14,1
46- 50	27	8,6
51- 55	17	5,4
56- 60	12	3,8
61- 65	15	4,8
65 yaş ve üzeri	9	2,9
Toplam	313	100

Katılımcılardan 31-35 yaş grubu ve 26-30 yaş grubunun %16'lık oranlarla yüksek katılım oranına sahip olduğu görülmektedir. 36-40 yaş, 41-45 yaş ve ardından 25 yaş altı grubunun da yakın oranlarla yüksek katılım gösterdiği görülmektedir. Buradan hareketle hava sporları turizmi faaliyetlerine genç nüfusun daha çok ilgi gösterdiğini söylemek mümkün olacaktır.

**Tablo 20. Katılımcıların Medeni Durumuna Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı**

	Frekans(n)	Yüzde (%)
Evli	153	48,9
Bekar	157	50,6
Toplam	310	99,0
Yanıtlanmayan	3	1,0

Katılımcılardan medeni durumu evli ve bekar olanların frekans ve yüzdeleri birbirine oldukça yakındır. Evli katılımcılar %48,9, bekar katılımcılar %50,6'lık bir yüzde oranına sahiptirler.

**Tablo 21. Katılımcıların Öğrenim Durumuna Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımı**

	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ortaokul	10	3,2
Lise	59	18,8
Ön Lisans	52	16,6
Lisans	142	45,4
Lisans Üstü	48	15,3
Toplam	311	99,4
Yanıtlanmayan	2	,6

Katılımcıların öğrenim durumu incelendiğinde, Lisans düzeyinde öğrenim gören katılımcıların %45,4'lük bir oranla en yoğun grubu oluşturduğu görülmektedir. Lise %18,8'lik, Ön Lisans %16'lık, Lisans üstü %15,3'lük, Ortaokul %3,2'lik bir oranla Lisans mezunlarını sırasıyla takip etmektedirler.

### 3.8.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik Analizi

Ölçeğin güvenilirlik analizi ile ilgili bilgiler aşağıdaki tablo ve istatistiklerde belirtilmiştir. Ölçeğin güvenilir olup olmadığının araştırılması için 313 bireye uygulanmış ve SPSS paket programı yardımı ile analiz edilmiştir.

Cronbach tarafından 1951 yılında geliştirilen ve ölçeğin iç tutarlılığını değerlendiren Alfa analizi, bir grup değişkenin iç homojenliğinin saptanmasını, elde edilen bir alfa katsayısı ile mümkün kılmaktadır. Alfa katsayısı bir grup değişkenin aralarında var olan iç korelasyonun ölçümünü yapmaktadır. Bu ölçüm sonuçları için değerlendirme kriteri aşağıdaki gibidir (Filiz, 2011: 40).

0,00 ile 0,40 (Hariç) arasında: (Ölçek Güvenilir Değil)

0,40 ile 0,60 (Hariç) arasında: (Ölçek Düşük Güvenilirlikte)

0,60 ile 0,80 (Hariç) arasında: (Ölçek Oldukça Güvenilir)

0,80 ile 1,00 arasında: (Ölçek Yüksek Derecede Güvenilir)

**Tablo 22. Araştırmada Kullanılan Ölçeğin Güvenilirlik İstatistiği**

<b>Cronbach Alpha (<math>\alpha</math>)</b>	<b>Değişken Sayısı (N)</b>
0,838	14

İstatistik paket programında gerekli veriler girilip, ölçeği oluşturan her yargı için ölçekten çıkarılması durumunda ölçeğin ortalamasının, varyansının ve Cronbach alfa katsayısının hangi yönde değişiklik göstereceğini ifade eden değerlerin yer aldığı görülmüş, güvenilirliği artırmak adına çıkarılan ifadeler sonucunda alfa katsayısı 0,83 olarak hesaplanmış, ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

### **3.8.3. Faktör Analizi**

Güvenilirlik analizi ölçekler için gerekli bir analiz olmasına rağmen tek başına yeterli değildir. Güvenilir olan bir ölçek her zaman geçerli bir ölçek olmayabilir. Bu nedenle geçerlilik analizi de yapılması elzemdir.

Sosyal bilimler alanında faktör analizi, ölçümün kalitesini ve geçerliliğini ortaya koyabilmek için yapılan en önemli analizlerden biridir. Faktör analizinin doğru bir şekilde yapılması diğer yapılacak analizlerin de geçerliliği ile ilgili olduğu için önem taşımaktadır (Yaşlıoğlu, 2017: 75).

Faktör analizi; birden fazla değişkenin birkaç başlık altında toplanması tekniğidir. Faktör analizinin amacı ise, birbiriyle ilişki içerisinde olan p tane değişkeni bir araya getirerek az sayıda ilişkisiz ve kavramsal olarak anlamlı yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) ortaya koymak, veri setini küçülterek daha kolay açıklanabilir bir hale getirmektir (Terzi, 2019: 2).

Faktör analizinin iki türü bulunmaktadır. Bunlar açıklayıcı faktör analizi ve doğrulayıcı faktör analizidir. Açıklayıcı faktör analizinde araştırma yapan kişi araştırdığı konuyla alakalı olarak değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik bir öngörüsünün olmaması sebebiyle değişkenlerin arasındaki muhtemel ilişkiyi ortaya çıkarmaya çalışır. Doğrulayıcı faktör analizinde ise araştırma yapan kişi tarafından daha önceden belirlenen bir ilişkinin doğruluğunu test etmek için yapılmaktadır (Terzi, 2019: 2).

İlgili araştırmada değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek adına açıklayıcı faktör analizi yönteminden yararlanılmıştır.

**Tablo 23. Deneyim Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi**

İFADELER FAKTÖR 1: SOSYAL/KİŞİSEL DENEYİM	BİLEŞENLER		
	1	2	3
Balon deneyimi sürecinde düşüncelerimi aktardım.		,568	
Balon deneyimi sürecindeki iletişimden memnunum.		,688	
Balon deneyimi sayesinde yeteneklerimi test edebildim.		,650	
Bu deneyim yeniliklere ayak uydurmamı sağladı.		,708	
<b>FAKTÖR 2: BİLİŞSEL DENEYİM</b>			
Balon deneyimi ile diğer müşterilerle bağlantı kurabildim.	,617		
Balon deneyimi ile benzer ilgi alanlarımı paylaştığım diğer kişilerle görüşüyorum.	,851		
Balon deneyimlerde, diğer katılımcılar üzerinde iyi bir izlenim bırakabilirim.	,804		
Bu deneyim yeni fikirler bulmamı sağladı.	,684		
Balon deneyimi eğlenceliydi.	,452	,448	
<b>FAKTÖR 3: FAYDACI DENEYİM</b>			
Balon deneyiminde beklentilerim karşılandı.			,961
Balon deneyiminde tercihlerimin karşılandığı düzeyde etkilenirim.			,961
<i>Öz değerler</i>	2, 583	2, 254	2, 142
<i>Açıklanan varyans (%)</i>	23, 480	20, 492	19, 470
<i>Toplam varyans açıklanma oranı</i>	63, 442		
Kaiser Mayer Olken (KMO)=,787; Bartlett's Küresellik Testi= 660, 138 (p=,000)			

Açıklayıcı faktör analizinden önce deneyim ölçeğinin örneklem büyüklüğünün faktörleşmeye uygunluğunu test etmek amacıyla Kaiser-Meyer Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. KMO testi sonucunun >0,50 olması veri setinin faktör analizine uygun

olduğunu göstermektedir. Araştırmanın KMO testi sonucu değeri %78,7 (,787)'dir  $78,7 > 0,50$  olduğundan veri seti faktör analizi için uygundur.

İkinci olarak bakılacak test ise Barlett testidir. Barlett testi sonucunun (660) anlamlı olduğu ve bu nedenle değerler ölçeğin faktör analizine uygunluğunu göstermektedir. (Kalaycı, 2016: 327).

Faktör yük değerleri, maddelerin faktörler ile ilişkisini izah eden katsayılardır. Maddelerin yer aldığı faktördeki yük değerinin yüksek olması beklenmektedir. Bir faktör ile yüksek düzeyde ilişkisi bulunan maddelerin oluşturduğu bir küme var ise ulaşılan bu bulgunun, ilişkili olduğu o maddelerle beraber bir kavramı, yapıyı ve faktörü ölçtüğü anlamına gelmektedir. Örnek olarak; 0.3'lük bir faktör yüklü bir değişkenin faktör tarafından açıklanan varyansının %9 olduğu bilinmektedir. Bu düzeydeki bir varyans önemlidir ve genelde işaretine bakılmaksızın 0.60 ve üstü yük değerine sahip olan değişkenin yüksek; 0.30- 0.59 arası yük değeri olan değişkenin orta seviyede olduğu bilinmektedir (Büyüköztürk, 2002: 473). Tablo 23'e bakıldığında faktör yüklerinin genel anlamda yüksek düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Bu durumda değişkenlerin sosyal/kişisel deneyim, bilişsel deneyim ve faydacı deneyimi ölçtüğü ifade edilebilir.

Öz değer ise, her bir faktörün faktör yüklerinin kareleri toplamını ifade etmektedir. Aynı zamanda her bir faktör tarafından açıklanan varyans oranının hesaplanabilmesinde ve önemli faktör sayısının belirlenebilmesinde kullanılan bir katsayı olmakla birlikte, öz değer katsayısı 1 ve üzeri olan faktörlerin önemli faktörler olduğu belirtilmektedir (Büyüköztürk, 2002: 473). Bu doğrultuda Tablo 23 incelendiğinde öz değer ve buna bağlı olarak varyans oranlarının yüksek olmasından dolayı kullanılan faktörlerin açıklayıcı olduğu düşünülmektedir.

Anlamlı faktörler elde edebilmek adına rotasyon uygulanmıştır. 350 ve üzerindeki veri sayısı için faktör ağırlığının 0,30 ve üzerinde olması gerekir. 0,50 üzerindeki ağırlıklar ise oldukça iyi kabul edilmektedir (Kalaycı: 2016, 330). Bu durumda ölçeğin faktör ağırlığının genel anlamda iyi düzeyde olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 23 incelendiğinde ifadeler toplam 11 soru üç faktör altında toplanmıştır. Bu doğrultuda 1. Faktör 'Sosyal/Kişisel Deneyim', 2. Faktör 'Bilişsel Deneyim', 3. Faktör 'Faydacı Deneyim' olarak adlandırılmıştır. Toplam varyansın %23,480'i sosyal/kişisel deneyimi, %20,492'si bilişsel deneyimi, %19,470'i ise faydacı deneyim faktörünü açıklamaktadır. Ölçek toplam varyansın 63, 442'sini açıklamaktadır.

### 3.8.4. Regresyon Analizi

Regresyon analizi, bir veya daha fazla bağımsız değişkenin bağımlı bir değişken üzerindeki etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır (Deniz ve Koç, 2019:106). Yapılan araştırmanın bağımsız değişkenleri birden fazladır. Bunlar; Faydacı deneyim, bilişsel deneyim ve sosyal/kişisel deneyimdir. Araştırmanın bağımlı değişkeni ise memnuniyettir. SPSS 25 paket program ile yapılan hafif hava araçları deneyiminin memnuniyet üzerindeki etki analizi tablosu aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 24. Ölçüm Değişkenlerine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi**

DEĞİŞKENLER	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BETA	t	Sig.	Tolerance	VIF
					5,387	,000
1	Sosyal/Kişisel Deneyim	,125	2,467	,014	,694	1,442
2	Faydacı Deneyim	,075	1,601	,110	,811	1,223
3	Bilişsel Deneyim	,575	12,103	,000	,794	1,259

Bağımlı Değişken: Memnuniyet R<sup>2</sup>: ,446

Durbin- Watson: 1,937

Araştırmada birden fazla değişken olmasından dolayı turistik hafif hava araçları deneyiminin memnuniyet üzerine olan etkisini ölçmek adına çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Durbin- Watson katsayısı araştırmada otokorelasyon olup olmadığını test etmek için kullanılır. Genellikle 1.5- 2,5 civarında bir Durbin- Watson testi değeri otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Kalaycı, 2016: 267). Araştırmanın Durbin- Watson test sonuç değeri 1, 937 olduğundan otokorelasyon tespit edilmemiştir.

Düşük tolerans ve VIF değerleri bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı olduğunu göstermekte, beta değeri ise bağımsız değişkenlerin önem derecesini göstermektedir. Beta seviyesi en yüksek olan değişken en önemli bağımsız değişkendir



(Kalaycı, 2016: 267). Araştırmada beta değeri en yüksek çıkan bağımsız değişken ,575 oranıyla bilişsel deneyim olarak tespit edilmiştir. Yani memnuniyet üzerinde en yüksek etkiye sahip olan değişkendir. Ardından sosyal/kişisel deneyim ,125 oranıyla memnuniyet üzerinde etkiye sahiptir. Yapılan analiz sonucu memnuniyet üzerinde en az etkiye sahip olan bağımsız değişken ,075 oranıyla faydacı deneyim olarak ortaya çıkmıştır.

Anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise bilişsel deneyimin en yüksek anlam düzeyine sahip olduğunu ve sırasıyla sosyal/kişisel deneyim ve faydacı deneyimin anlam düzeyi olarak takip ettiği görülmektedir. Faydacı deneyimin memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını söylemek mümkündür.

R square bağımlı değişkenin yüzde kaçlık bir bölümünün bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını ifade etmektedir (Kalaycı, 2016: 267). Tablo 24'te bağımlı değişken olan memnuniyetteki değişimin %44'nün modele dahil olan bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir. Kalan %56'lık kısım ise hata terimi vasıtasıyla modele dahil edilmeyen değişkenler tarafından açıklanmaktadır.

Araştırma kapsamında kurulan model ve hipotezler değişkenler arasında ilişki olup olmadığını belirlemek üzerine geliştirilmiştir. Bu nedenle değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları hipotezlerin kabul ya da reddedilmesini ortaya koymuştur.

**Tablo 25. Hipotezlerin Kabul/Reddi**

<b>H1:</b> Turistik hafif hava araçlarında yaşanan bilişsel deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H2:</b> Turistik hafif hava araçlarında yaşanan sosyal/kişisel deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.	<b>KABUL</b>
<b>H3:</b> Turistik hafif hava araçlarında yaşanan faydacı deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.	<b>RED</b>

Araştırmanın hipotezlerinden H1 ve H2 hipotezleri yapılan analizler sonucunda çıkan değerler doğrultusunda kabul edilmiş olup, H3 hipotezi açıklanan değerlerin yeterli olmaması durumundan ( $p < 0,05$ ) kaynaklı olarak reddedilmiştir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Turizm sektörü geçmiş zamanların aksine daha kişisel, özel, ilgi ve beklentilere yönelik bir sektör haline geldiği görülmektedir. Bunun nedeninin ise kişilerin deniz, kum, güneş olarak klasikleşen turizm anlayışından sıyrılarak alternatif turizm faaliyetlerine yönelmeleri olduğu tahmin edilmektedir. Kişiler kendi özel isteklerine yönelik daha spesifik turizm deneyimleri yaşadığında tatmin düzeylerinin de yüksek olacağı, tatil bazında değerlendirildiğinde kişisel doyum noktasına daha kolay erişebilecekleri düşünülmektedir.

Spor turizmini ele aldığımızda çok geniş kitlelere hitap eden, oldukça geniş bir yelpazeyi kapsayan bir alternatif turizm faaliyeti olarak düşünmek mümkündür. Spor turizminden elde edilen verim de hem bu turizm faaliyetine katılan turist tarafından hem de bu turizm hizmetini sağlayan taraf açısından oldukça olumlu etkilere sahiptir. Spor turizmi hizmetini sunan kişiler düşünüldüğünde ekonomik olarak fayda sağlamanın yanı sıra o destinasyonun reklam ve tanıtımında avantaj sağlarken o hizmeti alan turistler açısından da eşsiz bir deneyim kazanmaları yönünde imkân sunmaktadır.

Spor turizminin geniş yelpazesi içinde yer alan bir turizm türü de hava sporları turizmidir. Dünyada ve ülkemizde oldukça çeşitli hava sporları faaliyetlerinin deneyimlenmesine imkân vermekte, turizmin çeşitlendirilmesine olanak sağlamaktadır. Hava sporları turizmi dünya genelinde ya da ulusal olarak düzenlenen festivaller, yarışmalar, karşılaşmalar vb. sayesinde binlerce turist çekmekte ve gidilen bölgenin ekonomik anlamda kalkınmasına, turistler açısından da memnun kalınan bir deneyim olmasını sağlayabilmektedir. Hava sporları turizmini ülkemizde de oldukça yaygın yapılan, neredeyse Türkiye'nin her bölgesinde yapılabilen bir turizm türüdür. Denizli'nin Pamukkale bölgesinde de hava sporları turizmi faaliyetleri yılın büyük bir bölümünde aktif olarak faaliyet göstermektedir. Bu bölgede sıklıkla tercih edilen hava sporları faaliyetlerinin yamaç paraşütü ve sıcak hava balonu olduğu, bu spor turizmi faaliyetleri türüne turistlerin ilgi gösterdikleri yapılan araştırmalar sonucu tespit edilmiştir. Durumun bu şekilde olmasından kaynaklı olarak Pamukkale bölgesinde hava sporları faaliyetlerine yönelik araştırma yapılması uygun görülmüştür. Yapılan araştırmada hava sporları turizmi deneyiminden kazanılan deneyimin etkileri ölçülmüştür.

Araştırma kapsamında Pamukkale bölgesine ziyarete gelen 313 turiste nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Araştırma kapsamında

daha çok kişiye ulaşılması hedeflenmiş fakat dünya genelindeki Covid-19 salgını nedeniyle 2020 Mart ayından sonra katılım gösteren kişilere ulaşmak oldukça zorlaşmıştır. Bu nedenle 313 kişiden veriler toplanabilmiştir.

Araştırma kapsamında hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde turistik hafif hava aracı deneyimine katılan kişilerin bu deneyime dair memnuniyetini ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Anket, uzmanlar tarafından İngilizce ve Çince diline çevrilmiş yine uzmanlar tarafından kontrolleri sağlanmıştır. Anket ile elde edilen verilerden bir kısmı online olarak elde edilmiş bir kısmı ise Pamukkale bölgesine gidilerek o bölgedeki otellerde ve hafif hava aracı faaliyetlerinin iniş ve kalkış noktalarında araştırmacı tarafından bizzat toplanmıştır. Verilerin toplanma zamanı 2019 yılının Ekim-Kasım aralığında başlamış 2020 yılının haziran ayına kadar devam etmiştir. 2020 yılının mart ayından sonra küresel salgın nedeniyle anketler online olarak katılımcılara iletilmiştir. Toplanan verilere pilot test uygulanmış ve anlaşılmayan kısımlar ankettten çıkarılmıştır.

Araştırma için toplanan veriler istatistik paket programında analiz edilmiştir. Araştırmaya katılanların %56,5 erkek ve %43,5 kadınlardan oluştuğu, katılanların büyük çoğunluğunun işçi ve serbest meslek çalışanı olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılanların büyük bir çoğunluğunun yüksek gelire sahip olan kişiler olduğu tespit edilmiştir. Özellikle 42.000 ve üzeri gelire sahip olanlar %29,7 oranıyla birinci sıradadır.

Araştırmaya katılanların %55,6'sı seyahat acentesi vasıtasıyla, %43,1'i kendisi destinasyona ulaşmışlardır. Katılan kişilerin büyük bir çoğunluğu Türk Milliyetine ait kişiler olmasına rağmen Çin Milliyetine sahip kişiler de oldukça fazladır.

Araştırmaya katılan kişilerden elde edilen bilgilere göre turistik hafif hava aracı faaliyeti deneyimine katılan kişilerin genellikle genç kişiler olduğu gözlenmiştir. 26-30 yaş grubu ve 31-35 yaş grubu daha ağırlıklı olarak katılmaktadır. Aynı zamanda bekar ve evli kişi oranının neredeyse aynı olduğu, eğitim durumuna bakıldığında ise lisans mezunlarının %45,4 oranıyla çoğunlukta olduğu görülmüştür.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini ölçmek amacıyla Cronbach Alpha analizinden faydalanılmıştır. Analiz sonucunda ölçeklerin tamamının yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarabilmek, deneyim boyutlarını elde etmek ve anket geçerliliğini test edebilmek adına açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi uygulanmadan önce veri setinin faktör analizine uygunluğunu test etmek için Kaiser-Mayer Olkin testi uygulanmış ve veri setinin faktörleşmeye uygun olduğu tespit edildikten sonra faktör analizine geçilmiştir. Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda 11 madde öz değeri 1'den büyük olmak üzere üç faktör altında toplanmıştır. Faktörlerin temsil ettikleri ifadeler doğrultusunda ilk faktöre 'sosyal/kişisel deneyim', ikinci faktöre 'bilişsel deneyim', üçüncü faktöre 'faydacı deneyim' ismi verilmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin faktör ağırlığının anlamlı bir düzeyde olduğu ve ölçeğin toplam varyans açıklama oranının yeterli olduğu düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında denenen hipotezleri test etmek ve araştırmanın bağımsız değişkenleri olan; 'sosyal/kişisel deneyim', 'bilişsel deneyim' ve 'faydacı deneyim' değişkenlerinin, bağımlı değişken olan memnuniyete olan etkilerini ortaya çıkarabilmek adına regresyon(etki) analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda beta değeri en yüksek çıkan bağımsız değişken ,575 oranıyla bilişsel deneyim olarak tespit edilmiştir. Yani memnuniyet üzerinde en yüksek etkiye sahip olan değişkendir. Ardından sosyal/kişisel deneyim ,125 oranıyla memnuniyet üzerinde etkiye sahiptir. Yapılan analiz sonucu memnuniyet üzerinde en az etkiye sahip olan bağımsız değişken ,075 oranıyla faydacı deneyim olarak ortaya çıkmıştır.

Anlamlılık düzeylerine bakıldığında ise bilişsel deneyimin en yüksek anlam düzeyine sahip olduğunu ve sırasıyla sosyal/kişisel deneyim ve faydacı deneyimin anlam düzeyi olarak takip ettiği görülmektedir. Faydacı deneyimin memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını söylemek mümkündür.

Yapılan regresyon analizi sonucunda **H1** 'Turistik hafif hava araçlarında yaşanan bilişsel deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.', **H2** 'Turistik hafif hava araçlarında yaşanan sosyal/kişisel deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.', **H3** 'Turistik hafif hava araçlarında yaşanan faydacı deneyim ile müşteri memnuniyeti arasında olumlu bir ilişki vardır.' Hipotezi reddedilmiştir.

Analiz sonuçları değerlendirildiğinde turistik hafif hava aracı faaliyetlerinde yaşanan deneyim üzerinde etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Aynı zamanda hafif hava araçları spor faaliyetlerinin kişiler üzerinde bilgilendirici ve sosyal/kişisel bir etki yarattığı ortaya çıkmıştır. Genel anlamda ele alındığında turistik hafif hava araçları kişilerin hayatında birçok olumlu etki yaratmakta ve unutulmaz bir deneyim yaşamalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla kişilerin destinasyona dair bakış açıları olumlu yönde değişebileceği, klasikleşmiş tatil anlayışının dışında da farklı ve eşsiz deneyimler yaşayabileceklerini düşünmeleri olasıdır. Bu durumdan kaynaklı olarak Pamukkale destinasyonunda spor turizmi faaliyetlerinde yayılım gözlemlenmesi, hem turizm işletmecilerinin bünyelerinde daha çok sportif faaliyetlerine yer vermelerine, hem de turistlerin tatil planlarını bu yönde oluşturmalarını sağlayacaktır.

## ÖNERİLER

Pamukkale destinasyonu turizm açısından oldukça eşsiz özelliklere sahip, içerisinde birçok turizm türünü barındıran bir turizm cennetidir. Aynı zamanda Pamukkale hem yerli hem de yabancı turistlerin sıklıkla tercih ettiği bir bölgedir ve bu nedenle turistik olarak kalkınma ve yenilenmeye oldukça açıktır. Bundan dolayı bu bölgede turizmin çeşitlendirilmesi kapsamında spor turizmi faaliyetlerine verilen önemin, bölge paydaşlarının çalışmalarıyla desteklenmesi bölgenin yararına olacaktır.

Pamukkale bölgesinin doğal güzelliklerinin spor turizmi vasıtasıyla hafif hava araçlarıyla gökyüzünden farklı bir bakış açısıyla tanıtılması katılımcılara akılda kalıcı bir deneyim sunabilir ve buna yönelik çalışmalar yapılabilir.

Hava sporları faaliyetlerinin tanıtımının yapılması ve bu yönde etkili çalışmaların yapılması Pamukkale bölgesinin Kapadokya kadar ünlü olmasını sağlayabilir ve bu da turistlerin sadece hava sporu turizmi odaklı olarak bu destinasyona gelmelerini sağlayabilir. Dolayısıyla bu durum hem bölge ekonomisine hem de tanıtımına doğrudan katkı sağlaması olasıdır.

Bölgede hava sporları turizmine yönelik festivaller ya da yarışmaların düzenlenmesi ve bunların sürekliliği olması bölgeye olan talebi artıracaktır. Paydaşların bu konuda üzerine görevler düşmektedir.

Hava sporları turizmi çevreye zararsız bir spor turizmi olmasından ve yılın büyük bir bölümü mevsim şartlarının el vermesi sebebiyle sürdürülebilir bir turizm türüdür. Aynı zamanda özel şartlar gerektirmez. Bu durumdan kaynaklı olarak bu turizm türünün üzerine hem akademik hem de uygulamalı olarak yoğunlaşılması tüm tarafların yararına olacaktır.

Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların hafif hava araçları faaliyetlerinden sosyal/kişisel deneyim ve bilişsel deneyim kazandıkları ve yeteri düzeyde fayda elde edemedikleri sonucuna varılmıştır. Bu nedenle sektör paydaşlarının bu sonuçlar doğrultusunda hafif hava aracı faaliyetlerine yeni düzenlemeler yapması doğru olacaktır. Örneğin fayda elde edilmemesinin sebeplerine inilerek bu durumun müşterilerin fayda sağlayabileceği bir seviyeye getirilmesi, nelerden fayda sağlayabileceğinin araştırılması doğru olacaktır.

## KAYNAKÇA

- Acar, Y., & Altas, A. (2017). New Solution Suggestions for the Development of Aksaray Tourism: Hot Air Balloon Tourism. *J. Acad. Soc. Sci*, 63, 134-138.
- Aho, S.K. (2001). *Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience process in tourism*, *Tourism Review*, Vol. 56 No. 3/4, pp. 33-37.
- Akın, A., Akın, A., & Öztürk, H. (2016). Spor Turizminin Gelişimi ve Etkileri Konusunda Yöneticilerin Bakış Açısının Değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1933-1942.
- Akın, A. (2018). *Spor ve Turizm*, Ekin Yayınevi, Ankara
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*, Detay Yayınları, Ankara
- Allameh, S. M., Pool, J. K., Jaber, A., Salehzadeh, R., & Asadi, H. (2015). Factors influencing sport tourists' revisit intentions. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 27(2), 191-207
- Ammar, S. (2017). Studying Balloon Activity in Luxor. *International Journal of Heritage, Tourism and Hospitality*, 11(2), 28-34.
- Argan M., Katırcı H. (2002). *Spor Pazarlaması*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Batman, Z. P., & Demirel, Ö. (2015). Altındere Vadisi Meryemana Deresi Güzergâhında Doğa Temelli Turizm Etkinliği: Yamaç Paraşütü. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 5(11), 13-26.
- Bektaş, F. (2010). *Kaçkar Havzası Trekking Parkurlarının Spor Turizmi Bakımından Değerlendirilmesi*, (Basılmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bertan, S. (2009). Turizmin çevre üzerinde yarattığı etkiler: Pamukkale örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 204-214.
- Bertan, S. (2020). Key Success Factors for Doing Business in Hot Air Balloon Riding. *Journal of Tourism and Services*, 11(20), 124-131.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Can, M., & Üst Can, Ç. (2019). Kapadokya'da Balon Turizmi Deneyimi ve Kabul Edilebilir Risk Durumu. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 188-198.
- Chan, K. W., Yim, C. K., & Lam, S. S. (2010). Is customer participation in value creation a double-edged sword? Evidence from professional financial services across cultures. *Journal of marketing*, 74(3), 48-64.
- Chen, J. V., Htaik, S., Hiele, T. M., & Chen, C. (2017). Investigating international tourists' intention to revisit Myanmar based on need gratification, flow experience and perceived risk. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(1), 25-44.
- Coakley, J., & Dunning, E. (Haz.). (2000). *Handbook of sports studies*. Sage.
- Costa, C. A., & Chalip, L. (2005). Adventure sport tourism in rural revitalisation—An ethnographic evaluation. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 257-279.

- Çelik, S. (2018). Alternatif Turizm. *Journal of International Social Research*, 11(56).
- Çuhadar, M., Güngör, İ., & Göksu, A. (2009). Turizm Talebinin Yapay Sinir Ağları ile Tahmini ve Zaman Serisi Yöntemleri ile Karşılaştırmalı Analizi: Antalya İline Yönelik Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 99-114.
- da Costa Mendes, J., Oom do Valle, P., Guerreiro, M. M., & Silva, J. A. (2010). The tourist experience: Exploring the relationship between tourist satisfaction and destination loyalty. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 58(2), 111-126.
- Daniels, M. J. (2007). Central place theory and sport tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 34(2), 332-347
- Dağdeviren, A., Saral, C., Çoşkun, N. ve Yılmaz, Z. (2020). Bayramören İlçesinde Yamaç Paraşütü Turizmi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2): 881-892
- De Knop, P. (1990). Sport for all and active tourism. *World Leisure & Recreation*, 32(3), 30-36.
- De Rojas, C., & Camarero, C. (2008). Visitors' experience, mood and satisfaction in a heritage context: Evidence from an interpretation center. *Tourism management*, 29(3), 525-537.
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2004). Sport tourism or event tourism: are they one and the same? *Journal of Sport & Tourism*, 9(3), 235-245.
- Del Bosque, I. R., & San Martín, H. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of tourism research*, 35(2), 551-573.
- Delpy, L. (1998). An overview of sport tourism: Building towards a dimensional framework. *Journal of vacation marketing*, 4(1), 23-38.
- Demir, C. (2002). Turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin olumsuz çevresel etkileri: Türkiye'deki milli parklara yönelik bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2).
- Demir, Ş. Ş., & Demir, M. Futbol ve Turizm: Futbol Takımlarının Kamp Yeri Seçiminin Alternatif Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, 56(56), 361-374.
- Deniz, G., & Koç, S. (2019). Türkiye'de Ekonomik Büyüme ile Bazı Makro Değişkenler Arasındaki İlişki: Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli Analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 101-113.
- Devecioğlu, S. (2005). Türkiye'de spor sektörü stratejilerinin geliştirilmesi. *Verimlilik Dergisi*, (2), 117-133
- Doğu, G.A. (2010). Sporun Uluslararası İlişkiler Açısından Fonksiyonlarının Değerlendirilmesi, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Diker, O., Çetinkaya, A., & Cinkara, A. (2016). Hava sporları turizmi ve Safranbolu'nun hava sporları potansiyelinin belirlenmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 84-100.



- Dilber, İ. (2007). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisinin girdi-çıkıtı tablosu yardımıyla değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 205-220.
- Fairley, S., & Gammon, S. (2005). Something lived, something learned: Nostalgia's expanding role in sport tourism. *Sport in Society*, 8(2), 182-197.
- Federal Aviation Administration (FAA) (2008). *Balloon Flying Handbook*, Oklahoma City.
- Freeman, K. M. (2015). Inexpensively estimating the economic impact of sports tourism programs in small American cities. *Indiana Business Review*, 90(1), 1.
- Filiz, Z. (2011). Servqual Yöntemiyle Yurt İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. *Uluslararası Mühendislik Araştırma Ve Geliştirme Dergisi*, 3(1), 38-48.
- Fişek, K. (1998). Devlet Politikası ve Toplumsal Yapıyla İlişkileri Açısından Spor Yönetimi, Bağırhan Yayınları, Ankara.
- Fişek, K. (1985). *100 Soruda Türkiye Spor Tarihi*, Gerçek Yayınevi, İstanbul
- Füller, J. (2006). Why consumers engage in virtual new product developments initiated by producers. *ACR North American Advances*.
- Füller, J. (2010). Refining virtual co-creation from a consumer perspective. *California management review*, 52(2), 98-122.
- Gelsenkirchen, E. Å. (2007). Sport tourism: introduction and overview Jürgen Schwark. *European Journal for Sport and Society*, 4(2), 117-132.
- Gozalova, M., Shchikanov, A., Vernigor, A., & Bagdasarian, V. (2014). Sports Tourism. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 21(2), 92-96.
- Getz, D. (1998). Trends, strategies, and issues in sport-event tourism. *Sport marketing quarterly*, 7, 8-13.
- Gibson, H. J. (1998). Sport tourism: a critical analysis of research. *Sport management review*, 1(1), 45-76.
- Gammon, S., & Robinson, T. (1997). Sport and tourism: A conceptual framework. *Journal of Sport Tourism*, 4(3), 11-18.
- Güçlü, M. (2001). Olimpiyat oyunları ve spor sponsorluğu. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(3).
- Gündoğdu, C., & Devecioğlu, S. (2008). Spor hizmetlerinin genel ekonomi çerçevesinde görünümü. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 117-124.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Teknoloji Dergisi*, (1-2), 49-59.
- Güzel, Ö., & Şahin, İ. (2020). Experiential aspects of balloon tourism within the context of destination marketing. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(3), 793-810.
- Gordon, K. O. (2013). Emotion and memory in nostalgia sport tourism: Examining the attraction to postmodern ballparks through an interdisciplinary lens. *Journal of Sport & Tourism*, 18(3), 217-239.

- Güven, Ö. (1999). *Türklerde Spor Kültürü*, Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı Yayınları, Ankara
- Homburg, C., Wieseke, J., & Bornemann, T. (2009). Implementing the marketing concept at the employee-customer interface: the role of customer need knowledge. *Journal of marketing*, 73(4), 64-81.
- Homburg, C., Wieseke, J., & Hoyer, W. D. (2009). Social identity and the service-profit chain. *Journal of Marketing*, 73(2), 38-54.
- Hazar, A. (2007). *Spor ve Turizm Detay Yayınları*, Ankara.
- Hong, F. (1997). Commercialism and sport in China: Present situation and future expectations. *Journal of Sport Management*, 11(4), 343-354.
- Hinch, T., & Higham, J. (2005). Sport, tourism and authenticity. *European Sport Management Quarterly*, 5(3), 243-256.
- Hudson, S. (2003). *Sport and adventure tourism*. New York: Haworth Hospitality Press.
- İçöz, O. (2008). *Spor Turizmi Pazarlaması ve Futbol Takımlarının Hazırlık Dönemi Kamp Yeri Tercihlerini Belirleyen Etkenler*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir
- İlban, M. O., Bezirgân, M., & Çolakoğlu, F. (2016). Termal otellerde algılanan hizmet kalitesi, memnuniyet ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Edremit örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(2), 181-194.
- Kar, M., Zorkirişçi, E., & Yıldırım, M. (2004). Turizmin ekonomiye katkısı üzerine ampirik bir değerlendirme. *Akdeniz İİ BF Dergisi*, 8, 87-112.
- Kaplanidou, K., & Vogt, C. (2007). The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours. *Journal of Sport & Tourism*, 12(3-4), 183-206.
- Keskin, E., Sezen, N., & Dağ, T. (2020). Unutulmaz Turizm Deneyimi, Müşteri Memnuniyeti, Tekrar Ziyaret ve Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişkiler: Kapadokya Bölgesini Ziyaret Eden Turistlere Yönelik Araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research/JRTR*, 7(2), 239-264.
- Keskin, G., Durmuş, S., Karakaya, M., Teoman, A., & Kuşhan, M. C. (2019). Motorsuz Uçuş Prensibi: Planör. *Engineer & the Machinery Magazine*, 60(695).
- Koday, S., Koday, Z., & Kızıllan, Y. (2018). Alternatif Turizm Açısından Siirt İlinde Yamaç Paraşütü Faaliyetleri. *TÜCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu*, 3-6.
- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: Scale development and validation. *Tourism management*, 48, 21-32
- Kulczycki, C., & Hyatt, C. (2005). Expanding the conceptualization of nostalgia sport tourism: Lessons learned from fans left behind after sport franchise relocation. *Journal of Sport Tourism*, 10(4), 273-293.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (1993). Sport as a touristic endeavour. *Journal of Sport Tourism*, 1(1), 30-50.

- Kurtzman, J. (1995). Sports tourism categories revisited. *Journal of Sport & Tourism*, 2(3), 6–11.
- Kurtzman, J., & Zauhar, J. (2003). A wave in time-The sports tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 8(1), 35-47.
- Kurtzman, J. (2005). Sports tourism categories. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 15-20.
- Kurtzman, J. (2005). Economic impact: sport tourism and the city. *Journal of Sport Tourism*, 10(1), 47-71.
- Karahüseyinoğlu, M. F., Ramazanoğlu, F., Nacar, E., Ramazanoğlu, O., & Altungül, O. (2005). Türkiyenin Spordaki Konumunun Bazı Avrupa Ülkeleri ile Karşılaştırılması. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 75-82.
- Karasakal, S. (2020). Akış deneyiminin memnuniyet üzerine etkisi: tatil deneyimi üzerine inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 63-73.
- Karasüleymanoğlu, A. (1995). Yeni Boyutlarıyla Spor, Ozan Dağıtım, Ankara.
- Koca, H., Zaman, S., & Coşkun, O. (2007). Erzurum'un spor-kamp turizmi potansiyeli. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12(18), 205-224.
- Kızılgöl, A. G. Ö., & Erbaykal, E. (2008). Türkiye'de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: Bir nedensellik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 351-360.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18.
- Lin, C. H., & Kuo, B. Z. L. (2016). The behavioral consequences of tourist experience. *Tourism Management Perspectives*, 18, 84-91.
- Liu, J. C., & Var, T. (1986). Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of tourism research*, 13(2), 193-214
- Maunier, C., & Camelis, C. (2013). Toward an identification of elements contributing to satisfaction with the tourism experience. *Journal of Vacation Marketing*, 19(1), 19-39.
- Miçooğulları, B. O. (2004). *Türkiye İçin Spor Turizm Stratejisinin Belirlenmesi ve Geliştirilmesi* (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Üniversitesi, Muğla.
- Neal, JD ve Gürsoy, D. (2008). Turizm Memnuniyetinin Çok Yönlü Analizi. *Seyahat Araştırmaları Dergisi*, 47 (1), 53–62.
- Nogawa, H., Yamaguchi, Y., & Hagi, Y. (1996). An empirical research study on Japanese sport tourism in sport-for-all events: Case studies of a single-night event and a multiple-night event. *Journal of travel research*, 35(2), 46-54.
- Ohmann, S., Jones, I., & Wilkes, K. (2006). The perceived social impacts of the 2006 Football World Cup on Munich residents. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 129-152.
- Ören, T. Ş., & Yüzbaşıoğlu, N. Sürdürülebilir Destinasyon Geliştirme: Hava Sporları Uzmanları Açısından Değerlendirme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3911-3930

- Ören, T. Ş. (2018). *Spor Turizmi Aracılığıyla Sürdürülebilir Destinasyon Geliştirme: Hava Sporları Açısından Uşak İli Potansiyeli*, (Basılmamış Doktora Tezi), Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Özen, İ. A. (2017). *Deneyimsel Tüketim, Destinasyon İmaj Algısı ve Davranışsal Sonuçları İlişkisi: Kapadokya Sıcak Hava Balon Deneyimi*, (Basılmamış Doktora Tezi), Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir.
- Özen, A. (2019). Kapadokya Bölgesinde Yaşanan Sıcak Hava Balon Deneyiminin Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Verimlilik Dergisi*, 1(1), 165-198.
- Özen, İ. A., & Özdemir, E. G. (2019). Kapadokya Sıcak Hava Balonculuğu Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(2), 579-595.
- Özgülbaş, A. (2000). *Yamaçparaşüt Sportu*, Türk Hava Kurumu Basımevi İşletmeciliği, Ankara
- Özgülbaş, A. (2005). *Yamaçparaşüt Sportunun Gelişimi ve Yamaçparaşüt Kazaları*, Türk Hava Kurumu Basımevi İşletmesi, Ankara
- Özsoy, D., & Yavaş, V. (2012). Türk Sıcak Hava Balonculuğu, Dünü, Bugünü ve Yarını. I. *Ulusal Havacılık Teknolojisi ve Uygulamaları Kongresi*. İzmir.
- Özsağır, A., & Akın, A. (2012). Hizmetler Sektörü İçinde Hizmet Ticaretinin Yeri ve Karşılaştırmalı Bir Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(41), 311-331.
- Öztürk, Y., & Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(10), 183-195.
- Pavić, L., Rančić, M., & Mijatov, M. (2013). Potential for paragliding tourism development in Niška Banja (South Serbia). *Turizam*, 17(3), 110-120.
- Perić, M. (2010). Sports tourism and system of experiences. *Tourism and hospitality management*, 16(2), 197-206.
- Pigeassou, C. (2004). "Contribution to The Definition Of Sport Tourism". *Journal of Sport & Tourism*, 9 (3): 287-289.
- Pine, B. J., Pine, J., & Gilmore, J. H. (1999). *İş Hayatı Bir Tiyatro ve de Her Şirket Bir Sahne*, (çev. Levent Cinemre), Boyner Holding Yayınları, İstanbul
- Pitts, B. G. (1999). Sports tourism and niche markets: Identification and analysis of the growing lesbian and gay sports tourism industry. *Journal of Vacation Marketing*, 5(1), 31-50
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 118-127.
- Radicchi, E. (2013). Tourism and sport: Strategic synergies to enhance the sustainable development of a local context. *Physical Culture and Sport. Studies and Research*, 57(1), 44-57.

- Ryan, R. M., & Connell, J. P. (1989). Perceived locus of causality and internalization: examining reasons for acting in two domains. *Journal of personality and social psychology*, 57(5), 749.
- Saayman, M. (Ed.). (2012). *Introduction to Sports Tourism and Event Management*, An. African Sun Media.
- Sasi, V. K. (1995). Sports tourism in India. *Journal of Sport Tourism*, 2(2), 5-8.
- Salici, O., & Özdaşlı, K. (2016). Türkiye Spor Turizminde Masa Tenisinin Yeri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 36-46.
- Sofield, T. H. B. (2003). Sports Tourism: From Binary Division to Quadripartite Construct. *Journal of Sport & Tourism*, 8(3), 144-165.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 67-75
- Soyak, Y. (2014). Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye’de Turizm Politikalarının Evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi; Sayı 4:(Haziran-2013)*.
- Shonk, D. J., & Chelladurai, P. (2009). Model of service quality in event sport tourism: Development of a scale. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 6(3), 292-307.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of retailing*, 77(2), 203-220.
- Şahin, H. M. (2014). Investigating the motivations and expectations of individuals interested in paragliding. *The Anthropologist*, 18(3), 949-957.
- Şebiri, K. (2018). *Spor ve Turizm İlişkisi*, Nobel Yayıncılık, Ankara
- Tuban, B. (2019). *Bir alternatif turizm türü olarak yamaç paraşütü: Uçmaktelere üzerine bir çalışma*, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ.
- Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E., & Erkan, Ç. (2013). Turizm sektörünün istihdam üzerine etkileri. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 2(4), 14-27.
- Üst Can, Ç., Benli, S., Can, M. (2017). Balonla Uçuş Deneyiminin Turistlerin Tatil Memnuniyetindeki Yeri ve Davranışsal Eğilimlerine Etkisi. *1.Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi*, Mersin, (1), 1274-1278
- Vesey, C., & Dimanche, F. (2003). From Storyville to Bourbon street: Vice, nostalgia and tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1(1), 54-70.
- Weed, M., Bull, C. (2009). *Sports Tourism*, Routledge, Londra.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yıldız, Z., & Kalağan, G. (2008). Alternatif turizm kavramı ve çevresel etkileri. *Yerel Siyaset Dergisi*, 35, 43-45.

- Yıldız, Z. (2011). Turizmin sektörünün gelişimi ve istihdam üzerindeki etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yıldız, K. (2018). Yerel yönetimler ve kalkınma planları çerçevesinde spor hizmetleri. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3(1), 64-80.
- Zengin, E., & Öztaş, C. (2008). Yerel yönetimler ve spor. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (55), 49-78

## **DİĞER KAYNAKLAR;**

- Anadolu Ajansı (AA). (2019). Pamukkale'de Balonlar 153 Bin Kişiyi Uçurdu, <https://www.aa.com.tr/tr/yasam/pamukkalede-balonlar-153-bin-kisiyi-ucurdu-1646245#> (03.03.2021).
- Bayındır, T. (2019). İstihdamın İlacı Turizmdir, <http://www.tuyed.org.tr/istihdamin-ilaci-turizmdir/> (20.05.2020).
- Beyaz Gazete. (2019). Pamukkale'de Balon Turları Tam 'Gaz'- Denizli, <http://beyazgazete.com/video/webtv/yasam-11/pamukkale-de-balon-turlari-tam-gaz-denizli-692261.html> (03.03.2021).
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2008). Glossary Of Tourism Terms, <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (19.05.2020).
- Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO). Microlight Aircraft for Desert Locust Survey, <http://www.fao.org/ag/locusts/oldsite/Aston/01111wksh/microlight.htm> (07.02.2021).
- Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2020). World Tourism Barometer and Statistical Annex, <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1>
- Cumhuriyet. (2019). Pamukkale'de Yamaç Paraşütü Turizmi, <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/pamukkalede-yamac-parasutu-turizmi-1707149> (23.02.2021).
- Denizli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Denizli Turizmi, [https://denizli.ktb.gov.tr/Eklenti/68133,denizliturimpotansiyeliguncelpdf.pdf?0&\\_tag1=2CEAA3BF455DFA6698E7CE2EBEA8A5859F3E622E](https://denizli.ktb.gov.tr/Eklenti/68133,denizliturimpotansiyeliguncelpdf.pdf?0&_tag1=2CEAA3BF455DFA6698E7CE2EBEA8A5859F3E622E) (11.02.2021).
- Denizli İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. Yamaç Paraşütü, <https://denizli.ktb.gov.tr/TR-211842/yamac-parasutu.html> (21.02.2021).
- Denizli Valiliği. Turizm Sektörü, <http://www.denizli.gov.tr/turizm-sektoru> (11.02.2021).
- Devlet Planlama Teşkilatı (2000). *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara.
- Eskier, U. (2017). Microlight Hava Aracı Nedir? (Özellikleri, Lisansı), <https://www.makaleler.com/microlight-nedir> (07.02.2021).
- Flypgs. Yamaç Paraşütü, <https://www.flypgs.com/ekstrem-sporlar/yamac-parasutu> (03.11.2020).
- Gençlik ve Spor Bakanlığı (2019). *Türkiye Spor Turizmi Çalıştayı*, Antalya.

- Gürsel B, B. (2016). ‘Sıcak Hava Balonu Sektörü Raporu’, Nevşehir Yatırım Destek Ofisi, Nevşehir, 1-24.
- Habertürk. (2014). 1967 Kayseri Stadyum Faciası, <https://www.haberturk.com/haber/haber/991009-1967-kayseri-stadyum-faciasi>, (10.05.2020).
- Hürriyet. (2019). Pamukkale’de Balonlar 153 bin Kişiyi Uçurdu, <https://www.hurriyet.com.tr/seyahat/pamukkalede-balonlar-153-bin-kisiyi-ucurdu-41377783> (05.01.2021).
- İktisadi İş birliği ve Gelişme Teşkilatı (OECD). (2018). Tourism Receipts and Spending, <https://data.oecd.org/industry/tourism-receipts-and-spending.htm> (20.05.2020).
- İzmir Ticaret Odası (İZTO). (2009). Turizmde İyi Bir Alternatif Spor Turizmi, [http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/turizmde\\_ iyi\\_ bir\\_ alternati f\\_ spor\\_ turizmi\\_ n\\_ saricay\\_ 26.04.2012%2019-30-00.pdf](http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/turizmde_ iyi_ bir_ alternati f_ spor_ turizmi_ n_ saricay_ 26.04.2012%2019-30-00.pdf) (10.01.2019).
- Kalkınma Bakanlığı. (2014). 2014-2018 ‘Spor Özel İhtisas Komisyonu Raporu’, Ankara, 1-15.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Hava Sporları, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10164/hava-sporlari.html> (02.11.2020).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Paraşüt, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10171/parasut.html> (10.02.2021).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Planör, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10169/planor.html> (08.02.2021).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Spor ve Turizm, <https://denizli.ktb.gov.tr/TR-211795/spor-ve-turizm.html> (21.02.2021).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013*, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Turizm Türleri ve Müzeler, <https://denizli.ktb.gov.tr/TR-211791/turizm-turleri-ve-muzeler.html> (16.02.2021).
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. Yamaç Paraşütü, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-10165/yamac-parasutu.html> (03.11.2020).
- McCharty, N. (2016). The Massive Cost Of Hosting The Olympic Games [Infographic], <https://www.forbes.com/sites/niallmccarthy/2016/08/04/the-massive-cost-of-hosting-the-olympic-games-infographic/?sh=2df12c8a2e38> (14.03.2020).
- NTV. (2019). Denizli nüfusunun 2 katından fazla turisti ağırladı, <https://www.ntv.com.tr/seyahat/denizli-nufusunun-2-katindan-fazla-turisti-agirladi,j8YEK4iUKEa3LrKA3EFNEA> (16.02.2021).
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM). (2018). SHGM’den Turizme Önemli Katkı: Balon Faaliyetlerinde Yeni Noktalar, <http://web.shgm.gov.tr/tr/manset-haber/5874-shgm> (05.01.2021).
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (SHGM). (2019). Kapadokya Balon Uçuşlarından Turizme 70 Milyon avro Katkı, <http://web.shgm.gov.tr/tr/s/5996-kapadokya-balon-ucuslarindan-turizme-70-milyon-avro-katki> (05.01.2021).

- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü. (2020). Balon İşletmeleri, [http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/shgm\\_calisma\\_gruplari/Balon\\_isletmeleri.pdf](http://web.shgm.gov.tr/documents/sivilhavacilik/files/pdf/shgm_calisma_gruplari/Balon_isletmeleri.pdf) (27.02.2021).
- Sportup. (2018). Pyeongchang 2018 için harcanan 13 milyara değdi mi, <https://sportuptr.com/pyeongchang-2018-icin-harcanan-13-milyara-degdi-mi/> (14.03.2020).
- Terzi, Y. (2019). İstatistik Bölümü Ders Notu, (PDF), On dokuz Mayıs Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi.
- Türk Hava Kurumu (THK). Planör, <http://www.thk.org.tr/egitim/kurslarimiz/item/855-planor> (08.02.2021).
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, 1982, Md.59.
- Türkiye Cumhuriyeti Resmî Gazete. Turizm Amaçlı Sportif Faaliyet Yönetmeliği, (23.02.2011). Sayı: 27855, Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2014). "Yarım Milyon Kişi Spor Olsun Diye Türkiye'ye Geldi, 900 Milyon dolar Harcadı" *TÜRSAB*, [http://www.tursab.org.tr/dosya/12195/tursab-spor-turizmi-raporu\\_12195\\_5670173.pdf](http://www.tursab.org.tr/dosya/12195/tursab-spor-turizmi-raporu_12195_5670173.pdf) (03.03.2021).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB). (2020), Turizm Gelirleri, <https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/turizm-geliri> (17.05.2020).
- Uluslararası Havacılık Federasyonu (FAI). Our Sport, <https://www.fai.org/page/isc-our-sport> (08.02.2021).
- Vikipedi Balon (havataşıtı), [https://tr.wikipedia.org/wiki/Balon\\_\(hava\\_ta%C5%9F%C4%B1t%C4%B1\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Balon_(hava_ta%C5%9F%C4%B1t%C4%B1)) (06.12.2020).
- Vikipedi. Denizli, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Denizli> (10.02.2021).
- Vikipedi. (2020). Yelken kanat, [https://tr.wikipedia.org/wiki/Yelken\\_kanat](https://tr.wikipedia.org/wiki/Yelken_kanat) (07.02.2021).



## EKLER

### Ek 1: Anket Formu

#### TURİSTİK HAFİF HAVA ARAÇLARI (BALON TURU, YAMAÇ PARAŞUTU VB) ETKİNLİKLERİNİ KATILANLARIN ALGILARI

Sayın Katılımcı, Bu çalışma turistik hafif hava araçları (balon turu, yamaç paraşütü vb.) etkinliklerini katılanların algılarını incelemek amacıyla yapılmaktadır. Anket formunu doldurmanız, 5 dakikadan fazla sürmeyecektir. Sizlerden toplanacak veriler sadece bilimsel amaçlı kullanılacaktır. İstedığınız taktirde çalışmanın bulguları tarafınıza bir rapor halinde iletilecektir. Gösterdiğiniz ilgiye şimdiden teşekkür eder, saygılarımı sunarım. Sena Akçakaya, Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi.

### 1.BÖLÜM

İfade hakkında kesin bir yargıya sahip değilseniz, “Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum” 3 seçeneğini; ifadeye tamamen katılıyorsanız “Kesinlikle Katılıyorum” 5 seçeneğini ‘X’ ile işaretleyiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum, Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1- Balon deneyimi sürecinde düşüncelerimi aktardım.				
2- Balon deneyimi sürecindeki iletişimden memnunum.				
3- Balon deneyimi ile diğer müşterilerle bağlantı kurabildim.				
4- Balon deneyimi ile benzer ilgi alanlarımı paylaştığım diğer kişilerle görüşüyorum.				
5- Balon deneyimlerde, diğer katılımcılar üzerinde iyi bir izlenim bırakabilirim.				
6- Balon deneyimi sayesinde yeteneklerimi test edebildim.				
7- Bu deneyim yeniliklere ayak uydurmamı sağladı.				
8- Bu deneyim yeni fikirler bulmamı sağladı.				
9- Balon deneyiminde beklentilerim karşılandı.				
10- Balon deneyiminde tercihlerimin karşılandığı düzeyde etkilendirim.				

11- Balon deneyimi eğlenceliydi					
12- Balon deneyimi sayesinde becerilerim gelişti					
13- Destinasyonda kazandığım deneyim, beklentilerimi karşıladı					
14- Balon deneyimi yaşamımı zenginleştirdi.					

## 2.BÖLÜM

1-Cinsiyetiniz; 1 <input type="checkbox"/> Kadın 2 <input type="checkbox"/> Erkek	2-Öğrenim durumunuz; 1 <input type="checkbox"/> İlkokul 2 <input type="checkbox"/> Ortaokul 3 <input type="checkbox"/> Lise 4 <input type="checkbox"/> Ön Lisans 5 <input type="checkbox"/> Lisans 6 <input type="checkbox"/> Lisans Üstü
3-Medeni Durum 1 <input type="checkbox"/> Bekar 2 <input type="checkbox"/> Evli	4-Kalış Süresi: .....gün
5-Yaşınız; 1 <input type="checkbox"/> 25 ve altı 2 <input type="checkbox"/> 26-30 3 <input type="checkbox"/> 31-35 4 <input type="checkbox"/> 36-40 5 <input type="checkbox"/> 41-45 6 <input type="checkbox"/> 46-50 7 <input type="checkbox"/> 51-55 8 <input type="checkbox"/> 56-60 9 <input type="checkbox"/> 61-65 10 <input type="checkbox"/> 66 ve üstü	
6-Meslek; 1) <input type="checkbox"/> İşçi 2) <input type="checkbox"/> Öğrenci 3) <input type="checkbox"/> Memur 4) <input type="checkbox"/> Serbest meslek 5) <input type="checkbox"/> Emekli 6) <input type="checkbox"/> Diğer (Lütfen belirtiniz).....	7-Seyahatinizi kim organize etti? 1) <input type="checkbox"/> Kendim 2) <input type="checkbox"/> Seyahat Acentesi
8-Yıllık geliriniz; 1) <input type="checkbox"/> 5.999 ve daha az 2) <input type="checkbox"/> 6.000-11.999 3) <input type="checkbox"/> 12.000-17.999 4) <input type="checkbox"/> 18.000-23.999 5) <input type="checkbox"/> 24.000-29.999 6) <input type="checkbox"/> 30.000-35.999 7) <input type="checkbox"/> 36.000-41.999 8) <input type="checkbox"/> 42.000 ve daha fazla	
Çalışmanın nihai bulgularını istiyorsanız, lütfen aşağıya size ulaşabileceğimiz bir elektronik posta adresini yazınız. İLGİNİZE TEŞEKKÜR EDERİZ. Önerileriniz için sayfanın altını kullanabilirsiniz. <a href="mailto:sakcakaya9393@gmail.com">sakcakaya9393@gmail.com</a>	